



PWSiP

Państwowa Wyższa Szkoła
Informatyki i Przedsiębiorczości
w Łomży

Uchwała Nr 18/2011

Senatu Państwowej Wyższej Szkoły Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży
z dnia 24.02.2011r.

w sprawie: zatwierdzenia zmian zagadnień na egzamin dyplomowy studiów stacjonarnych
i niestacjonarnych na kierunku Zarządzanie.

Na podstawie art. 62 ust. 1 pkt 4 ustawy prawo o szkolnictwie wyższym oraz Regulaminu Studiów PWSiP
w Łomży uchwała się co następuje:

§ 1

Senat Państwowej Wyższej Szkoły Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży zatwierdza zagadnienia na
egzamin dyplomowy studiów stacjonarnych i niestacjonarnych na kierunku Zarządzanie, stanowiące
załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Uchwałę przyjęto w głosowaniu jawnym w stosunku głosów:

za 24

przeciw 0

wstrzymało się 0

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia

Przewodniczący Senatu

REKTOR

dr hab. Robert Chormas, prof. PWSiP

ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY

Kierunek Zarządzanie

1. Teoria użyteczności, równowaga konsumenta
2. Elastyczność cenowa popytu i podaży oraz elastyczność dochodowa popytu
3. Równowaga przedsiębiorstwa w warunkach monopolu i konkurencji doskonałej
4. Rodzaje bezrobocia i metody jego ograniczania
5. Istota, przesłanki i konsekwencje procesów integracyjnych
6. Budżet państwa- deficyt budżetowy a dług publiczny
7. Instrumenty polityki pieniężnej Banku Centralnego
8. Zasada racjonalnego gospodarowania
9. Rodzaje organizacji. Formy własnościowe organizacji
10. Cele przedsiębiorstwa według ekonomii neoklasycznej i teorii menedżerskich
11. Cykl życia organizacji- etapy
12. Cechy spółek prawa handlowego
13. Zalety i wady małych podmiotów gospodarczych
14. Podstawowe formy rozliczeń pieniężnych w przedsiębiorstwach
15. Przydatność informacyjna rachunkowości w zarządzaniu przedsiębiorstwem
16. Zakres informacyjny sprawozdawczości finansowej w przedsiębiorstwie.
17. Źródła finansowania działalności przedsiębiorstwa - efekt dźwigni finansowej
18. Wynik finansowy przedsiębiorstwa – istota i czynniki go kształtujące
19. Interpretacja społecznej odpowiedzialności biznesu
20. Strategie konkurencji
21. Metody analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa
22. Istota i funkcje zarządzania
23. Nowoczesne metody zarządzania
24. Trendy ekonomiczno – społeczne w podejmowaniu decyzji strategicznych
25. Proces podejmowania decyzji, decyzje jednoosobowe i zespołowe
26. Przywódcy w organizacjach, rodzaje władzy
27. Proces kontroli w organizacjach
28. Kultura organizacji i jej znaczenie
29. Modele polityki kadrowej
30. Rekrutacja i selekcja personelu w organizacji
31. Sposoby inwestowania w rozwój zasobów ludzkich
32. Strategie kształtowania wynagrodzeń pracowników
33. Rola menedżera w organizacji
34. Metody i techniki rozwiązywania konfliktów w organizacji
35. Charakterystyka stylów kierowania
36. Istota segmentacji marketingowej
37. Rodzaje strategii według kryterium produkt/ rynek
38. Bezpośrednie i pośrednie kanały dystrybucji - zalety i słabe strony
39. Istota i rola programów lojalnościowych we współczesnym biznesie.
40. Elementy składowe planu marketingowego
41. Podstawowe źródła informacji w organizacjach
42. Skuteczna komunikacja w organizacji
43. Współczesne teorie motywacji
44. Istota i cechy współczesnego marketingu
45. Proces zarządzania marketingowego w organizacji

REKTOR

dr hab. Robert Charnas, prof. PWSiP