**Tezy na egzamin dyplomowy - zarządzanie studia I stopnia**

1. Koncepcja mieszanki marketingowej z perspektywy przedsiębiorstwa i konsumenta
2. Koncepcja promotion mix jako koncepcja komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa z klientami
3. Analiza porównawcza konkurencji doskonałej i monopolu
4. Elastyczność popytu i podaży oraz jej praktyczne implikacje w zarządzaniu
5. Podobieństwa i różnice między koncepcjami TQM W.E. Deminga, J. Jurana i Ph. Crosbiego
6. Podobieństwa i główne różnice Polskiej Nagrody Jakości i EFQM
7. Techniki ilościowej analizy struktury zbiorowości w statystyce
8. Analiza dynamiki zjawisk w statystyce
9. Czynniki wpływające na efektywność procesów rekrutacji i selekcji pracowników
10. Uwarunkowania efektywności procesu szkolenia pracowników w organizacji
11. Cykl rozwiązywania problemów w zarządzaniu projektami
12. Struktury organizacyjne wykorzystywane w zarządzaniu projektami
13. Rodzaje systemów informatycznych w różnych obszarach funkcjonalnych i poziomach zarządzania przedsiębiorstwa
14. Modele świadczenia usług „cloud computing”
15. Zalety i wady uruchomienia własnej firmy
16. Sposoby finansowania biznesu w różnych fazach jego istnienia
17. Zasady odpowiedzialności cywilnej za szkody spowodowane czynem niedozwolonym
18. Zawarcie umowy w trybie aukcji i przetargu - podobieństwa oraz różnice
19. Sposoby ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa
20. Wpływ metody doboru próby badawczej na jakość wyników badań marketingowych
21. Jakościowe a ilościowe metody w badaniach marketingowych
22. Znaczenie odpowiedzialności społecznej w podnoszeniu konkurencyjności przedsiębiorstwa
23. Rola zarządzania relacjami z interesariuszami w kształtowaniu odpowiedzialności przedsiębiorstwa
24. Funkcjonalne ujęcie zarządzania i jego znaczenie dla funkcjonowania organizacji
25. Trzy możliwe wyniki procesu kontroli i decyzje managera w odpowiedzi na te sytuacje
26. Rodzaje struktur organizacyjnych, ich cechy, zalety i wady
27. Różnice między zachowaniem w roli od zachowań poza rolą w organizacji
28. Przyczyny i skutki zachowań obywatelskich i kontrproduktywnych w organizacji
29. Istota, determinanty i sposoby kreowania zachowań przedsiębiorczych
30. Elementy sprawozdania finansowego oraz ich charakterystyka
31. Analiza rentowności jako element analizy finansowej
32. Charakterystyka i znaczenie dla budżetu państwa wybranych podatków płaconych przez przedsiębiorstwa
33. Charakterystyka akcji i obligacji jako dwóch podstawowych instrumentów pozyskiwania kapitału przez przedsiębiorstwa
34. Kryteria klasyfikacji przychodów i kosztów w wariantach rachunku zysków i strat
35. Klasyfikacja trójelementowa: organizacje gospodarcze, publiczne i społeczne
36. Modele kultury organizacyjnej: Edgara Scheina i Geerta Hofstede
37. Rodzaje stylów zarządzania
38. Hierarchia celów w organizacji
39. Cechy usługi jako produktu marketingowego
40. Znaczenie w marketingu oraz elementy składowe modelu AIDA