

**PYTANIA NA EGZAMIN LICENCJACKI Z PRZEDMIOTÓW KIERUNKOWYCH
KIERUNEK: ZARZĄDZANIE - STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA**

1. Główne teorie i koncepcje zarządzania
2. Podaj cele i funkcje zarządzania.
3. Istota pojęcia organizacja i jej otoczenie
4. Istota zachowań organizacyjnych
5. Motywowanie w organizacji
6. Techniki i narzędzia zarządzania projektami
7. Proces gospodarowania kadrami (zasobami ludzkimi) -jego istota i przebieg
8. Rekrutacja i selekcja pracowników (metody, uwarunkowania efektywności }
9. Pojęcie jakości, koncepcje doskonalenia systemu zarządzania jakością
10. Omów podstawowe style kierowania.
11. Istota benchmarkingu
12. Wymień i omów narzędzia marketingu mix stosowane w przedsiębiorstwie
13. Istota, cele i formy promocji
14. Badania jakościowe a badania ilościowe w marketingu
15. Etapy badań marketingowych
16. Role i umiejętności menedżerskie
17. Wyjaśnij pojęcie i istotę finansów przedsiębiorstw
18. Proces formułowania strategii.
19. Pojęcie i rola etyki w biznesie
20. Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej

**PYTANIA NA EGZAMIN LICENCJACKI Z PRZEDMIOTÓW W ZAKRESIE:
ZARZĄDZANIE STARTUPEM**

1. Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej
2. Zasady rejestrowania działalności gospodarczej
3. Motywy uruchomienia własnej działalności gospodarczej
4. Pojęcie startupu
5. Typologia startupu
6. Dlaczego startupy odnoszą sukcesy
7. Rodzaje i źródła informacji marketingowej
8. Omów czynniki kształtujące zachowania nabywców
9. Pojęcie i kryteria segmentacji rynku
10. Cykl życia produktu.
11. Metody ustalania cen.
12. Pojęcie i rodzaje dystrybucji.
13. Formy promocji.
14. Tożsamość i wizerunek marki
15. Źródła finansowania działalności gospodarczej
16. Wymień elementy analizy SWOT i omów jej zastosowanie
17. Wymień narzędzia informatyczne wspomagające funkcjonowanie startupów
18. Wymień współczesne trendy w środowisku startupowym
19. Biznes plan - struktura, funkcje, proces przygotowania
20. Usługi sieciowe oferowane w sieci Internet wspomagające pracę startupu.

PYTANIA NA EGZAMIN LICENCJACKI Z PRZEDMIOTÓW W ZAKRESIE:

ZARZĄDZANIE W SPORCIE

1. Determinanty rozwoju współczesnego sportu
2. Cechy rynku sportowego
3. Przedstaw pomysł na nowy produkt sportowy
4. Biznes plan - struktura, funkcje, proces przygotowania
5. Jaka jest potrzeba stosowania marketingu w sporcie.
6. Zastosowanie technik badań marketingowych na wybranym przykładzie organizacji sportowej
7. Procesy poznawcze i ich znaczenie dla efektywnego kierowania ludźmi w organizacji sportowej
8. Osobowość, temperament i wpływ społeczny w kształtowaniu zachowań ludzi w organizacji sportowej
9. Techniki, strategie, metody i taktyki negocjacyjnej przykładzie organizacji sportowej
10. Typy negocjatorów sportowych i ich charakterystyka
11. Menadżer jako przywódca organizacji sportowej
12. Zasady efektywnego przywództwa, jego rola i funkcje w nowocześnie zarządzanej organizacji sportowej
13. Problemy związane z procesami restrukturyzacji klubu sportowego
14. Wiedza i informacja jako narzędzia zarządzania klubem sportowym
15. Istota i znaczenie innowacyjności we współczesnej organizacji sportowej
16. Wymień elementy analizy SWOT i omów jej zastosowanie
17. Metody analizy strategicznej potrzebnej do oceny działalności organizacji sportowych i turystycznych.
18. Wymień rodzaje imprez sportowych i omów na wybranym przykładzie etapy ich projektowania
19. Obowiązki organizatora imprezy sportowej z punktu widzenia bezpieczeństwa.
20. Rola i zadania agenta sportowego

PYTANIA NA EGZAMIN LICENCJACKI Ó PRZEDMIOTÓW W ZAKRESIE:

MARKETING

1. Definicje i geneza pojęcia marketingu
2. Scharakteryzuj podstawowe funkcje marketingu
3. Co nazywamy otoczeniem marketingowym firmy
4. Pojęcie i rodzaje strategii marketingowych
5. Wymień elementy analizy SWOT i omów jej zastosowanie
6. Biznes plan - struktura, funkcje, proces przygotowania
7. Rodzaje i źródła informacji marketingowej
8. Omów czynniki kształtujące zachowania nabywców
9. Pojęcie i kryteria segmentacji rynku
10. Cykl życia produktu
11. Metody ustalania cen
12. Pojęcie i rodzaje dystrybucji
13. Formy promocji
14. Tożsamość i wizerunek marki
15. Pierwotne i wtórne źródła badań marketingowych
16. Etapy procesu badawczego
17. Metoda portfelowa (BCG) i jej zastosowanie
18. Na czym polega marketing partnerski
19. Internet i nowoczesne technologie w marketingu – narzędzia, zastosowanie
20. Jakie są współczesne trendy rozwoju marketingu