

PYTANIA Z ZAKRESU PRZEDMIOTÓW OGÓLNYCH I PODSTAWOWYCH

1. Zdefiniuj popyt i podaż. Zinterpretuj funkcję popytu i podaży.
2. Zdefiniuj elastyczność cenową i dochodową popytu. Omów ich wskaźniki.
3. Zinterpretuj równowagę rynkową, podaj rodzaje i omów przyczyny nierównowagi.
4. Przedstaw niedoskonałości (ułomności) rynku, które przemawiają za interwencją państwa.
5. Wymień i omów czynniki kształtujące popyt na pracę i kapitał w przedsiębiorstwie.
6. Przedstaw definicję i klasyfikację kosztów w przedsiębiorstwie.
7. Omów optimum ekonomiczne przedsiębiorstwa na rynku doskonałej konkurencji i w monopolu.
8. Omów optimum konsumenta w teorii konsumenta.
9. Zdefiniuj podstawowe kategorie produktu społecznego (PKB, PNB, wartość dodana brutto, dochód narodowy).
10. Wyjaśnij istotę inflacji popytowej i podażowej. Omów jej przyczyny oraz metody zmniejszania.
11. Wyjaśnij pojęcie bezrobocia, wymień jego rodzaje i przyczyny.
12. Wymień i omów czynniki określające podaż pieniądza i popyt na pieniądz w gospodarce narodowej.
13. Zdefiniuj wzrost gospodarczy, wymień mierniki wzrostu oraz podaj czynniki wpływające na wzrost gospodarczy.
14. Wyjaśnij pojęcie i wymień czynniki rozwoju gospodarczego.
15. Zdefiniuj kurs walutowy, wymień jego rodzaje oraz wyjaśnij wpływ zmiany kursu na handel zagraniczny (eksport, import).
16. Podaj definicję stopy procentowej i omów jej wykorzystanie w polityce gospodarczej państwa.
17. Wymień czynniki determinujące korzyści z wymiany międzynarodowej.
18. Wymień i krótko omów klasyczne teorie handlu międzynarodowego.
19. Omów istotę i przyczyny międzynarodowego przepływu siły roboczej.
20. Wymień i omów skutki ekonomiczne bezpośrednich inwestycji zagranicznych.
21. Korporacje transnarodowe, ich zachowanie i rola w gospodarce narodowej.
22. Zdefiniuj i omów cło jako instrument polityki handlowej.
23. Zdefiniuj pojęcie globalizacji, wymień czynniki globalizacji oraz jej przejawy i konsekwencje.
24. Główne kierunki badań w geografii społeczno-ekonomicznej.
25. Procesy urbanizacji i ich formy.
26. Ruch naturalny ludności.
27. Proszę porównać strukturę ludności według głównych cech demograficznych w krajach wysoko i słabo rozwiniętych.
28. Omów międzynarodową integrację ekonomiczną – przedstaw jej istotę, cele, etapy.
29. Przedstaw przedmiot i sposób realizacji wspólnej polityki handlowej Unii Europejskiej.
30. Omów funkcjonowanie rynku wewnętrznego Unii Europejskiej.
31. Proszę podać kryteria warunkujące udział kraju w unii monetarnej.
32. Wymień i omów cele, funkcje i uwarunkowania polityki ekonomicznej.
33. Zdefiniuj system ekonomiczny, przedstaw klasyfikację systemów ekonomicznych oraz podaj przykłady państw.
34. Zdefiniuj pojęcie polityki regionalnej. Omów podmioty i przedmiot oraz narzędzia polityki regionalnej w Polsce.
35. Zdefiniuj pojęcie polityki budżetowej, omów jej funkcje i przedstaw rodzaje polityki budżetowej.
36. Zdefiniuj pojęcie polityki zatrudnienia – omów jej funkcje i przedstaw instrumenty polityki zatrudnienia.
37. Omów aktywa i pasywa przedsiębiorstwa, podaj ich główne składniki.
38. Scharakteryzuj koszty i przychody powstałe w toku prowadzenia działalności gospodarczej.
39. Scharakteryzuj podstawowe sprawozdania finansowe.
40. Pojęcie analizy finansowej i ekonomicznej. Metody i techniki.

41. Proszę wymienić i omówić grupy wskaźników wykorzystywanych przy ocenie kondycji finansowej przedsiębiorstw.
42. Proszę wymienić i omówić metody wyceny wartości przedsiębiorstw.
43. Zdefiniuj pojęcie kapitału trwałego i obrotowego oraz omów ich rolę w przedsiębiorstwie.
44. Wyjaśnij pojęcie punktu wyrównania (Break Even Point – BEP). Podaj interpretację BEP.
45. Omów metodę NPV i IRR.
46. Wyjaśnij pojęcie, przedstaw funkcje i strukturę systemu finansowego.
47. Zdefiniuj pojęcie budżetu państwa, omów jego funkcje oraz zasady budżetowe.
48. Przedstaw rodzaje i strukturę dochodów i wydatków budżetu państwa.
49. Wymień i omów dochody i wydatki budżetów jednostek samorządu terytorialnego.
50. Zdefiniuj pojęcie systemu bankowego, omów jego funkcje i strukturę.
51. Zdefiniuj pojęcie polityki pieniężnej, omów podmiot, przedmiot oraz wymień instrumenty.
52. Zdefiniuj pojęcie rynku finansowego, omów jego strukturę.
53. Proszę omówić elementy konstrukcyjne podatku.
54. Proszę wyjaśnić istotę factoringu.
55. Proszę przedstawić sposób wyliczenia wartości przyszłej pieniądza.
56. Pojęcie negocjacji. Negocjacje jako najlepszy sposób rozwiązania konfliktu.
57. Jakie główne czynności obejmuje przygotowanie do negocjacji?
58. Jakie elementy tworzą strukturę negocjacyjnego związku w negocjacjach pozycyjnych?
59. Główne etapy procesu negocjacji integracyjnych.
60. Na czym polega i jak przejawia się kompleksowość negocjacji wielostronnych?
61. Jakie bariery muszą pokonać negocjatorzy w związku z prowadzeniem negocjacji międzynarodowych?
62. W jakim zakresie czynnik kulturowy wpływa na zachowania negocjacyjne?

PYTANIA Z ZAKRESU ZARZĄDZANIA

1. Istota, cele i funkcje zarządzania.
2. Elementy i typy struktur organizacyjnych.
3. Metody zarządzania.
4. Istota pracy kierowniczej – role i umiejętności kierownicze, style kierowania.
5. Zarządzanie zmianami w organizacji.
6. Rola komunikacji w zarządzaniu.
7. Kulturowy kontekst zarządzania – rola kultury organizacyjnej.
8. Podejmowanie decyzji w organizacji.
9. Rola planowania w zarządzaniu organizacją.
10. Kryteria oceny sprawności działań organizacyjnych.
11. Przedmiot, ewolucja i znaczenie zarządzania zasobami ludzkimi.
12. Kapitał ludzki w organizacji.
13. Formy zatrudnienia.
14. Planowanie kadr, zarządzanie kadrami.
15. Pozyskiwanie pracowników – rekrutacja, selekcja, wprowadzenie do pracy.
16. Doskonalenie i rozwój pracowników.
17. Ocenianie pracowników.
18. Wynagradzanie pracowników.
19. Odejścia pracowników z organizacji.
20. Pojęcie i etapy rozwoju logistyki.
21. Istota procesów logistycznych w przedsiębiorstwie.
22. Koncepcja logistycznych systemów dystrybucji.
23. Warianty organizacji procesów dystrybucji.
24. Istota i funkcje procesów zakupu.
25. Nowoczesne systemy dystrybucji.
26. Wykorzystanie systemów informatycznych w logistyce.
27. Badanie pracy w odniesieniu do metod i pomiaru.
28. Eksploatacja obiektów.
29. Efekty operacji Just in Time.
30. Omów różnice pomiędzy tzw. „starym” i „nowym” podejściem do jakości.
31. Omów zasady według których skonstruowana jest norma ISO 9001.
32. Wskaż różnice pomiędzy zachodnim i japońskim modelem zarządzania jakością w przedsiębiorstwie.
33. Omów istotę systemu HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) .
34. Rola informacji i wiedzy w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
35. Rodzaje źródeł informacji w procesie informacyjnym.
36. Charakterystyka systemów informacji przestrzennej.
37. Funkcjonowanie procesów informacyjnych w gospodarce elektronicznej.
38. Istota i rodzaje projektów.
39. Pojęcie, geneza i charakterystyka zarządzania projektami.
40. Planowanie przebiegu i zasobów projektu.
41. Metody kompleksowe i wycinkowe zarządzania projektami.
42. Metodyka PRINCE 2.
43. Inicjowanie i definiowanie projektów.
44. Techniki opisu struktury projektu.
45. Zarządzanie projektami europejskimi - metodyka PCM.
46. Etapy zarządzania strategicznego.
47. Zakres analizy strategicznej.
48. Metody analizy makrootoczenia (scenariuszowe i bezscenariuszowe).

49. Zakres i cele analizy otoczenia konkurencyjnego.
50. Portfelowe metody oceny pozycji strategicznej przedsiębiorstwa.

PYTANIA Z ZAKRESU MARKETINGU

1. Omów marketingową i przedmarketingowe koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem.
2. Omów strategię marki jakie może stosować firma i podaj przykłady.
3. Omów wady i zalety wybranych form reklamy np. telewizyjna, zewnętrzna, internetowa, w czasopiśmie.
4. Omów działania marketingowe jakie powinna podejmować firma w różnych fazach cyklu życia produktu.
5. Scharakteryzuj podstawowe instrumenty mixu marketingowego.
6. Wyjaśnij pojęcie produktu i omów jego strukturę.
7. Wyjaśnij pojęcie, podaj funkcje i rodzaje kanałów dystrybucji.
8. Podaj różnice między reklamą a public relation.
9. Przedstaw sklepowe i pozasklepowe formy handlu detalicznego.
10. Istota procesu segmentacji rynku, kryteria segmentacji.
11. Przedstaw działania, które może stosować przedsiębiorstwo w ramach public relation.
12. Omów i podaj metody i techniki badań marketingowych.
13. Wyjaśnij kiedy zasadne jest stosowanie strategii segmentacji rynku.
14. Istota promocji jako systemu komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem.
15. Omów cykl życia produktu na rynku, podaj jakie znaczenie dla przedsiębiorcy ma znajomość cyklu życia oferowanych przez niego produktów.
16. Omów mix marketingowy w firmach usługowych.
17. Przedstaw różnice pomiędzy dobrem materialnym i usługą.
18. Wyjaśnij pojęcie merchandisingu i podaj jego rodzaje.
19. Omów różnice między działalnością produkcyjną i usługową.
20. Wskaż różnice między relacyjnym i transakcyjnym podejściem do klienta.
21. Omów model luk jako narzędzie pomiaru jakości w usługach.
22. Omów etapy budowania programu lojalnościowego.
23. Omów strategię marki handlowej stosowaną przez sieci handlowe.
24. Strategie wejścia zagranicznych sieci handlowych na rynek polski.
25. Proces dystrybucji produktów bankowych.
26. Zdefiniuj pojęcie i podaj rodzaje badań marketingowych.
27. Organizacja i etapy procesu badawczego w badaniach marketingowych.
28. Metody jakościowe w badaniach marketingowych.
29. Znaczenie metod ilościowych w badaniach marketingowych (metoda ankietowa, metoda wywiadu).
30. Organizacja, specyfika i zastosowanie badań panelowych.
31. Zasady konstruowania kwestionariuszy w badaniach marketingowych (struktura kwestionariusza, rodzaje pytań).
32. Skale pomiarowe w badaniach marketingowych.
33. Metody doboru próby badawczej.
34. Badania marketingowe związane z produktem i marką.
35. Badania marketingowe w sferze promocji i reklamy.
36. Marketing jako narzędzie zarządzania.
37. Strategie marketingowe w firmie.
38. Ewolucja koncepcji marketingowych.
39. Metody projekcyjne w badaniach marketingowych.
40. Marketing operacyjny i marketing strategiczny.
41. Marketing terytorialny.
42. Marketing relacyjny (społeczny).

43. Współczesny konsument jak obiekt działań marketingowych.
44. Omów system informacji marketingowej w przedsiębiorstwie.
45. Omów podmioty i czynniki tworzące otoczenie przedsiębiorstwa.
46. Wytyczne do sporządzania planu marketingowego.
47. Cykl życia produktu – fazy, cechy, strategie.
48. Metody ustalania ceny (kosztowa, wartości rynkowej, zorientowana na konkurencję).
49. Intensywność dystrybucji.
50. Elementy procesu komunikacji firmy z klientem – proces komunikacji marketingowej.