**Zagadnienia na egzamin dyplomowy**

**ZARZĄDZANIE II STOPNIA**

**PYTANIA KIERUNKOWE**

1. Istota, zakres i narzędzia marketingu międzynarodowego.
2. Strategia adaptacji a strategia standaryzacji. Przykłady ich zastosowania w praktyce przedsiębiorstw międzynarodowych.
3. Strategie marki w marketingu międzynarodowym.
4. Istota i kryteria segmentacji rynku w marketingu międzynarodowym.
5. Metody analizy mikrootoczenia organizacji.
6. Metody analizy makrootoczenia organizacji.
7. Metody analizy potencjału wewnętrznego organizacji.
8. Istota i rodzaje strategii przedsiębiorstwa.
9. Zasady wypracowania strategii przedsiębiorstwa na podstawie metody analizy portfelowej BCG.
10. Strategie produkt - rynek w ujęciu Ansoffa.
11. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych - różnice.
12. Podstawowe systemy rachunku kosztów.
13. Budżetowanie w przedsiębiorstwie - funkcje i zasady wdrażania.
14. Metody kalkulacji kosztów.
15. Współczesne koncepcje zarządzania - wymień i scharakteryzuj trzy wybrane.
16. Outsourcing - rodzaje i formy outsourcingu, wady i zalety koncepcji.
17. "*Lean management*" a "*Time based management*" - podstawowe założenia i różnice.
18. Charakterystyka poszczególnych kategorii przedsiębiorców.
19. Istota i ograniczenia zasady swobody umów.
20. Istota i rodzaje czynów nieuczciwej konkurencji.
21. Kategorie kosztów istotne w podejmowaniu decyzji menedżerskich.
22. Znaczenie kosztów krańcowych w podejmowaniu decyzji menedżerskich.
23. Elastyczność popytu a wybór strategii marketingowych.
24. Metody wyboru optymalnych decyzji menedżerskich.
25. Kategoria własności przemysłowej i możliwości jej ochrony w prawie polskim i UE.

**PYTANIA SPECJALNOŚCIOWE**

**SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE W HANDLU I USŁUGACH**

1. Istota działalności hurtowej. Rodzaje hurtowników.
2. Istota działalności detalistów. Rodzaje punktów sprzedaży detalicznej.
3. Strategie stosowane w negocjacjach.
4. Istota i charakterystyka etapów negocjacji.
5. Podstawowe cechy usług.
6. Współczesne koncepcje zarządzania logistyką handlu i usług – wymień i omów dwie wybrane.
7. Koszty uruchomienia sklepu internetowego.
8. Czynniki sprzyjające rozwojowi e-commerce.
9. Strategie wejścia przedsiębiorstwa na rynki zagraniczne.
10. Pojęcie korporacji transnarodowych i ich cechy.
11. Projektowanie działu sprzedaży – budowa struktury.
12. Metody motywowania handlowców.
13. Plany sprzedażowe i rozliczanie handlowców.
14. Sterowanie ruchem nabywców na sali sprzedażowej.
15. Merchandising w małych sklepach i w jednostkach wielkopowierzchniowych (hipermarkety i supermarkety).