

UCHWAŁA nr 78/2016

Rady Wydziału Ekonomii, Zarządzania i Turystyki
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
z dnia 20 października 2016 r.

w sprawie
zatwierdzenia listy zagadnień obowiązujących
na egzaminie dyplomowym – magisterskim w roku akademickim 2016/2017

§ 1

Rada Wydziału Ekonomii, Zarządzania i Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu zatwierdza listę zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane z kierunkowymi i specyficznymi – specjalnościowymi efektami kształcenia dla danego kierunku studiów drugiego stopnia (Ekonomia, Zarządzanie, Turystyka) dla studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016.

§ 2

Lista zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane z kierunkowymi i specyficznymi – specjalnościowymi efektami kształcenia dla danego kierunku studiów drugiego stopnia (Ekonomia, Zarządzanie, Turystyka) dla studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016 stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.

Dziekan

Dr hab. Elżbieta Sobczak, prof. nadzw. UE

Zagadnienia na egzamin dyplomowy– magisterski
dla studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016

Kierunek: Ekonomia

Lista zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane z kierunkowymi efektami kształcenia

I. EKONOMIA MENEDŻERSKA:

1. Bezpośrednia i pośrednia dyskryminacja cenowa
2. Omów zmodyfikowaną funkcję produkcji na gruncie teorii praw własności
3. Efektywność alokacyjna a efektywność adaptacyjna
4. Wyjaśnij koncepcję przedsiębiorstwa rozumianego jako sieć kontraktów w określonej strukturze regulacji
5. Koszty ekonomiczne a koszty transakcyjne

II. EKONOMIA MIĘDZYNARODOWA:

1. Jakie nowe zjawiska wpływają na zmiany w wymianie międzynarodowej?
2. Wymień i scharakteryzuj technologiczne modele wymiany międzynarodowej
3. Czym jest strategiczna polityka handlowa, jakie są uwarunkowania jej stosowania?
4. Znaczenie bezpośrednich inwestycji zagranicznych dla gospodarek krajów „goszczących“
5. Kryzysy finansowe w gospodarce – przyczyny i efekty

III. GOSPODAROWANIE KAPITAŁEM LUDZKIM:

1. Jaka rolę pełni gospodarowanie kapitałem ludzkim w kontekście budowania gospodarki opartej na wiedzy?
2. Proszę wyjaśnić wpływ rozwoju kapitału ludzkiego na konkurencyjność regionów
3. Proszę wymienić i krótko scharakteryzować elementy procesu gospodarowania kapitałem ludzkim w organizacji
4. Proszę wyjaśnić kluczowe dylematy związane z pomiarem kapitału ludzkiego w organizacji
5. W jaki sposób można efektywnie wykorzystywać i rozwijać kapitał ludzki w organizacji?

IV. MAKROEKONOMIA ZAAWANSOWANA:

1. Główne założenia modelu równowagi na rynku dóbr i usług w ujęciu keynesowskim i klasycznym
2. Czynniki wzrostu gospodarczego
3. Współczesne teorie bezrobocia – teoria bezrobocia dobrowolnego i model histerezy bezrobocia
4. Polityka pieniężna banku centralnego a poziom inflacji i deflacji
5. Polityka fiskalna państwa a problem deficytu i długu publicznego

V. RYNEK FINANSOWY I KAPITAŁOWY:

1. Podstawowe rodzaje i strategie wykorzystania instrumentów pochodnych
2. Bony komercyjne jako źródło finansowania działalności przedsiębiorstw
3. Korzyści i koszty wprowadzania spółki na giełdę papierów wartościowych
4. Emisja obligacji komercyjnych a kredyt bankowy – podobieństwa i różnice
5. Fundusze inwestycyjne jako alternatywa dla samodzielnego inwestowania w instrumenty rynku finansowego

Kierunek: Ekonomia

Lista zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane ze specyficznymi – specjalnościowymi efektami kształcenia

I. GOSPODARKA I ADMINISTRACJA PUBLICZNA:

1. Rola samorządu terytorialnego w gospodarce kraju
2. Zakres działalności gospodarczej jednostek samorządu terytorialnego
3. Jednostki organizacyjno-prawne służące realizacji zadań gospodarczych w jednostkach samorządu terytorialnego
4. Formy prawne współpracy jednostek samorządu terytorialnego
5. Partnerstwo publiczno-prywatne (PPP) w realizacji zadań samorządu terytorialnego
6. Modele zarządzania gospodarką komunalną
7. Podmioty polityki regionalnej
8. Zasada pomocniczości w polityce regionalnej
9. Procedura konstruowania strategii rozwoju lokalnego
10. Zasada koncentracji środków w polityce regionalnej Unii Europejskiej
11. Finansowe instrumenty polityki regionalnej Unii Europejskiej
12. Planistyczne instrumenty polityki regionalnej
13. Zasady prawa administracyjnego w świetle Kodeksu Postępowania Administracyjnego
14. Urząd administracji samorządowej – pracownicy, kompetencje i obowiązki
15. Kształtowanie wizerunku administracji samorządowej
16. Zadania samorządu terytorialnego na szczeblu gminy, powiatu, województwa
17. Rola metropolii w kształtowaniu regionu
18. Samorządowe Kolegium Odwoławcze
19. Postępowanie sądowe w sprawach administracyjnych
20. Ocena jakości usług administracji samorządowej
21. Pojęcie i czynniki rozwoju lokalnego
22. Instrumenty lokalnej polityki gospodarczej
23. Idea regionalnego systemu innowacji
24. Pojęcie gospodarki lokalnej i gospodarki samorządowej
25. Dochody budżetu gminy

II. RACHUNKOWOŚĆ I DORADZTWO FINANSOWE:

1. Zakres i przedmiot analizy finansowej
2. W jakim celu wykorzystywana jest analiza finansowa?
3. Źródła danych analitycznych wykorzystywanych w analizie finansowej
4. Wymień i omów rodzaje analizy finansowej
5. Wady i zalety analizy wskaźnikowej
6. Scharakteryzuj obszary analizy wskaźnikowej – analiza rentowności, płynności, sprawności działania oraz zadłużenia i obsługi długu
7. Typologia inwestorów i znaczenie inwestycji indywidualnych w gospodarce
8. Prawa inwestorów i ochrona tych praw
9. Zasady dobrych praktyk w spółkach publicznych
10. Pojęcie, geneza i ewolucja relacji inwestorskich na międzynarodowym rynku finansowym
11. Narzędzia wykorzystywane w ramach relacji inwestorskich
12. Bezpieczeństwo inwestorów indywidualnych na rynku finansowym
13. Wskazać kierunki wpływu relacji inwestorskich na funkcjonowanie spółki
14. Istota i rodzaje biznesplanów
15. Podstawowe cele pisania biznesplanu
16. Typowa struktura biznesplanu
17. Cechy biznesplanu

18. Pojęcie i funkcje rachunku kosztów
19. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych – istota, wady i zalety
20. Istota i cechy nowoczesnych systemów rachunku kosztów
21. Charakterystyka rachunku kosztów działań
22. Koncepcja rachunku kosztów docelowych
23. Koncepcja rachunku kosztów cyklu życia produktu
24. Koncepcja rachunku kosztów jakości
25. Koncepcja rachunku kosztów projektów innowacyjnych

Kierunek: Zarządzanie

Lista zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane z kierunkowymi efektami kształcenia

I. KONCEPCJE ZARZĄDZANIA:

1. Wyjaśnij różnice pomiędzy szkołą mechanistyczną, a humanizacyjną (klasycznymi koncepcjami zarządzania)
2. Wymień znane Ci współczesne koncepcje zarządzania oraz omów podobieństwa między nimi
3. Wyjaśnij, na czym polega podejście funkcjonalne, procesowe i projektowe do projektowania organizacji. Omów główne różnice między nimi
4. Krótko omów cztery główne nurty szkoły systemowej oraz wykaż związek tej szkoły ze współczesnymi koncepcjami zarządzania
5. Wyjaśnij, na czym polega zarządzanie zmianami oraz oceń jego przydatność w zarządzaniu organizacją

II. LOGISTYKA:

1. Ewolucja logistyki w naukach o zarządzaniu
2. Istota koncepcji zarządzania łańcuchem dostaw
3. Związki logistyki i marketingu w przedsiębiorstwie
4. Transport jako czynnik lokalizacji miejsc produkcji i magazynowania
5. Trendy rozwojowe na rynku usług logistycznych

III. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ:

1. Stymulatory i ograniczenia zachowań przedsiębiorczych w organizacji
2. Istota i zależności występujące pomiędzy pojęciami przedsiębiorca, przedsiębiorczość, przedsiębiorstwo
3. Cechy osobowości sprzyjające aktywności przedsiębiorczej
4. Wyjaśnić zależności występujące pomiędzy kategoriami przedsiębiorczość i innowacyjność
5. Zasadność i sposoby wspierania przedsiębiorczości na poziomie lokalnym

IV. ZARZĄDZANIE PROCESAMI:

1. Koncepcje oraz metody zarządzania uwzględniające podejście procesowe
2. Procesy w organizacji – definicje oraz rodzaje
3. Metody opisywania procesów – ich wady i zalety
4. Dojrzałość procesowa organizacji
5. Lean Management – istota i korzyści ze stosowania tej metody

V. ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE:

1. Podaj przykład przedsiębiorstwa zdywersyfikowanego poziomo. Opisz występujące problemy związane z dywersyfikacją
2. Podaj przykład dywersyfikacji pionowej. Opisz korzyści z takiej strategii
3. Jakimi metodami wykorzystuje się (rozwija, wzbogaca, doskonali) zasoby (zarówno materialne, jak i niematerialne) w zarządzaniu przedsiębiorstwem w rozwiniętym sektorze. Uzasadnij wypowiedź
4. Porównaj szkoły zarządzania strategicznego: planistyczną, zasobową i prostych zasad
5. Przedstaw cele, zasady i wady tworzenia map grup strategicznych w sektorze. Na czym polegają bariery mobilności wewnątrzsektorowej?

Kierunek: Zarządzanie

Lista zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane ze specyficznymi – specjalnościowymi efektami kształcenia

I. ZARZADZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM I ŁAŃCUCHEM DOSTAW

1. Model łańcucha wartości Portera – charakterystyka i obszary zastosowania
2. Wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw
3. Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu. Przyczyny wzrostu zainteresowania tą ideą
4. Modele i narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu
5. Etapy tworzenia zespołu pracowniczego
6. Istota oraz wady i zalety pracy zespołowej
7. Pojęcie, cechy i przykłady efektywnych zespołów
8. Istota zarządzania logistycznego i zarządzania łańcuchem dostaw. Najważniejsze podobieństwa i różnice
9. Istota koncepcji Just in Time
10. System planowania potrzeb materiałowych MRP
11. Koszty a jakość logistycznej obsługi klientów
12. Rola Internetu w zarządzaniu łańcuchem dostaw
13. Logistyka w strukturach organizacyjnych przedsiębiorstw
14. Ekonomiczna wartość zamówienia a koszty zapasów w przedsiębiorstwie
15. Rola kapitału społecznego w zarządzaniu łańcuchem dostaw
16. Związki logistyki z zarządzaniem jakością w przedsiębiorstwie
17. Podstawowe obszary analizy projektów gospodarczych
18. Dyskontowe metody oceny opłacalności projektów gospodarczych
19. Różnice pomiędzy analizą finansową a analizą ekonomiczną projektu
20. Istota koncepcji zarządzania zmianą, jej procedura i główne zasady
21. Metody przełamania oporu pracowników wobec zmian wprowadzanych w przedsiębiorstwach
22. Strategiczna Karta Wyników – istota, elementy składowe i obszary zastosowania
23. Istota i znaczenie analizy strategicznej w procesie projektowania strategii rozwoju przedsiębiorstw
24. Wymień i krótko scharakteryzuj obszary analizy strategicznej w przedsiębiorstwie
25. Model biznesowy a strategia rozwoju – podobieństwa i różnice

Kierunek: Turystyka

Lista zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane z kierunkowymi efektami kształcenia

I. RYNEK TURYSTYCZNY

1. Podstawowe nieprawidłowości rynku turystycznego
2. Rola państwa na rynku turystycznym
3. Rynek turystyczny jako kategoria ekonomiczno-przestrzenna
4. Specyficzne cechy rynku turystycznego
5. Grupy interesu na rynku turystycznym

II. PODSTAWY POLITYKI TURYSTYCZNEJ

1. Istota i cele polityki turystycznej
2. Narzędzia polityki turystycznej
3. Podmioty odpowiedzialne za politykę turystyczną w Polsce
4. Na podstawie wybranego kraju proszę przedstawić jego politykę turystyczną

5. Rola NTO i NTA w polskiej polityce turystycznej

III. KANON KRAJOZNAWCZY

1. Muzeum i kościół jako przedsiębiorstwa turystyczne. Omów podstawowe zasady zarządzania tego typu atrakcją turystyczną
2. Omów podstawowe typy atrakcji turystycznych biorąc pod uwagę ich związki z regionem turystycznym (historią, etnografią, przyrodą itp.). Podaj przykłady
3. Omów podstawowe etapy powstawania atrakcji turystycznej według Mc Cannella
4. Atrakcja turystyczna jako element produktu turystycznego
5. Turystyka kwalifikowana jako element współczesnego rynku turystycznego. Omów aktualne czynniki rynkowe mające wpływ na jej rozwój

IV. TRENDY W TURYSTYCE

1. Megatrendy w turystyce
2. Tendencje zmian w popycie turystycznym
3. Tendencje zmian w podaży turystycznej
4. Scharakteryzuj zmiany zachowań nabywców na rynku turystycznym i ich wpływ na funkcjonowanie podmiotów na tym rynku
5. Nowe formy turystyki

V. WSPÓŁPRACA MIĘDZYNARODOWA W TURYSTYCE

1. Istota współpracy międzynarodowej w turystyce jednostek pozarządowych
2. Możliwości pozyskiwania partnerów zagranicznych w realizacji wspólnych działań w dziedzinie turystyki
3. Współpraca międzynarodowa w dziedzinie turystyki w strukturach administracji państwowej i samorządowej
4. Rola organizacji międzynarodowych w rozwoju turystyki
5. Turystyka jako obszar zainteresowania Unii Europejskiej

Kierunek: Turystyka

Lista zagadnień obowiązujących na egzaminie dyplomowym – magisterskim obejmujących treści programowe związane ze specyficznymi – specjalnościowymi efektami kształcenia

I. MENEDŻER TURYSTYKI

1. Elementy wdrażania koncepcji produktu turystycznego
2. Podstawowe grupy interesariuszy produktu turystycznego w regionie
3. Rodzaje produktów turystycznych regionu
4. Zasady tworzenia produktu turystycznego regionu
5. Koncepcje rozwoju produktu turystycznego regionu
6. Przyczyny uczestnictwa w ruchu turystycznym
7. Przestrzenne rozmieszczenie ruchu turystycznego według województw w Polsce
8. Skutki dla przedsiębiorstw i regionów wywołane ruchem turystycznym
9. Cechy produktu turystycznego
10. Atrakcja turystyczna a produkt turystyczny
11. Określ komponenty atrakcyjności turystycznej oraz wskaż cele badania atrakcyjności turystycznej
12. Omów fazy cyklu życia obszaru turystycznego w odniesieniu do atrakcyjności turystycznej
13. Na czym polega waloryzacja turystyczna; wymień metody waloryzacji turystycznej i wskaż źródła danych empirycznych
14. Jaka instytucja może pełnić rolę lidera w turystyce w regionie
15. Źródła autorytetu lidera

16. Pożądane umiejętności lidera w turystyce
17. Style kierowania w turystyce
18. Istota turystyki zrównoważonej
19. „Pojemność turystyczna” a planowanie turystyki zrównoważonej
20. Znaczenie i cele promocji w procesie zarządzania regionem turystycznym
21. Charakterystyka narzędzi promocji turystyki w regionie
22. Zastosowanie reklamy jako instrumentu promocji wspierającego wizerunek regionu
23. Grupy docelowe promocji turystycznej w regionie
24. Ocena efektywności działań promocyjnych regionów
25. Aktywizujące oddziaływanie targów turystycznych na rynek regionalny