

# ZESTAW I

## Egzamin Dyplomowy

### Kierunek Zarządzanie

#### Studia I stopnia Grupa problemowa - Zarządzanie sportem

1. Wymień rodzaje imprez sportowych i omów etapy projektowania na przykładzie wybranej imprezy.
2. Scharakteryzuj obowiązki organizatora imprezy sportowej z punktu widzenia zapewnienia bezpieczeństwa.
3. Omów relacje oraz wzajemne oddziaływanie między turystyką a sportem na wybranych przykładach.
4. Wymień i opisz cechy rynku sportowego oraz oferowanych na nim produktów.
5. Przedstaw swoją propozycję nowego produktu sportowego miasta lub regionu z uwzględnieniem jego uwarunkowań.
6. Przedstaw wielofunkcyjność obiektów sportowych i podaj co najmniej 3 przykłady.
7. Dokonaj analizy pojęć olimpiada i igrzyska na tle historycznym oraz omów ich współczesne znaczenie.
8. Omów potrzebę i przydatność zastosowania koncepcji marketingu w sporcie.
9. Przedstaw najwybitniejsze indywidualności w historii polskiego sportu na wybranych przykładach (uzasadnij wybór określonych postaci).
10. Scharakteryzuj pojęcie Fair play oraz jego znaczenie we współczesnym sporcie, podaj co najmniej trzy przykłady.
11. Omów kompetencje organów administracji rządowej i samorządowej w obszarze sportu.
12. Przedstaw i oceń infrastrukturę sportową oraz wydarzenia sportowo-rekreacyjne organizowane w twojej miejscowości lub regionie.
13. Na wybranych przykładach wskaż różnice pomiędzy uczestnictwem w sporcie, turystyce i rekreacji.
14. Omów podstawowe akty prawne regulujące działalność organizacji sportowych.
15. Omów, w jaki sposób elementy otoczenia zewnętrznego mogą wpłynąć na funkcjonowanie organizacji sportowej.
16. Zaproponuj innowacyjną promocję dla nowego fitness klubu zlokalizowanego w dużym mieście.
17. Omów znaczenie benchmarkingu i outsourcingu w zarządzaniu przedsiębiorstwem sportowym.
18. Zaproponuj metody dotarcia ofert ośrodków sportu i rekreacji do środowisk senioralnych.
19. Bazując na marketingu mix (4P/4C) przedstaw ofertę aktywizacji osób starszych realizowaną przez podmioty komercyjne.
20. Zaproponuj metody komunikacji marketingowej umożliwiającej aktywizację sportową dzieci i młodzieży.
21. Jerzy Kukuczka i Reinhold Messner – analiza osiągnięć w kontekście podejścia do sportu.
22. Omów rolę i znaczenie rzecznika prasowego w organizacjach sportowych.
23. Wymień oraz scharakteryzuj rodzaje i rolę mediów sportowych.
24. Omów strukturę planu marketingowego realizowanego w organizacjach sportowych.
25. Omów cele programu „Erasmus + Sport”.
26. Scharakteryzuj oraz omów rolę Białej Księgi w rozwoju sportu.
27. Wymień szanse i zagrożenia rozwoju sportu, omów ich skutki dla organizacji sportowych.

28. Podaj i scharakteryzuj formy aktywności fizycznej wpływające na poziom produktywności i efektywności pracownika.
29. Omów rolę sportu w osiągnięciu celów zrównoważonego rozwoju.
30. Wymień i scharakteryzuj motywatory zewnętrzne i wewnętrzne wpływające na zachowania pracowników i zawodników.
31. Omów dysfunkcje współczesnego sportu, dokonaj ich podziału i analizy.
32. Zaproponuj promocję aktywności fizycznej realizowaną wśród pracowników wybranej organizacji.
33. Przedstaw role i wzajemne zależności pomiędzy związkiem sportowym a ligą zawodową.
34. Scharakteryzuj funkcję ekonomiczną oraz społeczno-ideologiczną aktywności wolnoczasowej.
35. Kalokagathia – analiza pojęcia w aspekcie antycznym i współczesnym.
36. Przedstaw kierunki rozwoju sportu.
37. Omów znaczenie doboru systemu rozgrywek pod kątem korzyści biznesowych i wizerunkowych.
38. Wymień i omów dobre praktyki związane ze współpracą sponsoringową.
39. Wymień i omów formy aktywności ruchowej wpływającej na zarządzanie stresem.
40. Omów proces oceny zasadności wykorzystania outsourcingu w organizacjach sportowych.
41. Odnosząc się do funkcji zarządzania omów działania, które należy podejmować w ramach zarządzania kampaniami sponsoringowymi.
42. Scharakteryzuj trójczynnikowy model Atkinsona.
43. Wyjaśnij pojęcie produktu sportowego i podaj jego przykłady.
44. Wymień zadania koordynatora wolontariatu w ramach organizacji imprez sportowych.
45. Omów etapy procesu zarządzania wolontariatem sportowym.
46. Wskaż szanse i zagrożenia jakie niesie ze sobą rozwój e-sportu dla sportu tradycyjnego.
47. Scharakteryzuj uwarunkowania i bariery rozwoju sportu osób niepełnosprawnych.
48. Omów funkcje i zadania rady nadzorczej oraz zarządu w organizacjach sportowych.
49. Omów na przykładach innowacyjne narzędzia komunikacji wykorzystywane na rynku sportowym.
50. Wymień i omów technologiczne narzędzia wspierające proces zarządzania w organizacjach sportowych.

## ZESTAW II

### Egzamin Dyplomowy

#### Kierunek Zarządzanie Studia I stopnia Grupa problemowa - Zarządzanie

1. Wymień i omów trzy zasadnicze funkcje ceny w życiu gospodarczym.
2. Wyjaśnij pojęcie event marketingu i przedstaw jego funkcje.
3. Dokonaj analizy pojęcia globalizacji i opisz jej wpływ na działalność wybranej organizacji. Uwzględnij jej znaczenie w kształtowaniu i wdrażaniu strategii organizacji.
4. Scharakteryzuj i omów zależność pomiędzy wielkością konsumpcji, a wielkością inwestycji.
5. Scharakteryzuj przedmiot prawa autorskiego oraz omów sposoby jego ochrony.
6. Scharakteryzuj małe i średnie przedsiębiorstwa (MSP), omów ich rolę w gospodarce rynkowej oraz wskaż bariery rozwoju tego sektora w Polsce.
7. Wyjaśnij na przykładzie, które z czynników otoczenia są zależne, a które niezależne od przedsiębiorstwa.
8. Scharakteryzuj model biznesu Canvas, omów jego elementy oraz zastosowanie.
9. Omów na czym polega proces doradztwa personalnego.
10. Omów na czym polega segmentacja rynku i jakie są jej cele.
11. Scharakteryzuj na przykładach wpływ kultury organizacyjnej na proces zarządzania organizacją.
12. Scharakteryzuj na wybranym przykładzie proces podejmowania decyzji i przedstaw wpływ czynników instytucjonalnych, organizacyjnych, osobowościowych na proces podejmowania decyzji.
13. Omów na czym polega branding i rebranding oraz podaj po jednym przykładzie dla każdego działania.
14. Omów formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej.
15. Omów metody badań marketingowych. Scharakteryzuj na wybranym przykładzie etapy procesu badań marketingowych.
16. Omów elementy systemu zarządzania wiedzą.
17. Wyjaśnij pojęcie pozycjonowania i wskaż typy strategii pozycjonowania.
18. Omów obszary zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji oraz proces wprowadzania i adaptacji pracownika.
19. Omów przesłanki, ograniczenia i funkcjonowanie informatycznych systemów zarządzania.
20. Omów rolę i zadania banku centralnego. Scharakteryzuj różnice pomiędzy bankiem centralnym a bankami komercyjnymi.
21. Omów założenia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Podaj przykłady wdrażania i realizowania strategii CSR w praktyce.
22. Omów wywiad marketingowy oraz podaj jego rodzaje.
23. Scharakteryzuj i omów wybraną, twoim zdaniem najbardziej dogodną, formę prawną działalności gospodarczej. Uzasadnij swój wybór.
24. Podaj definicję ekstremum funkcji oraz warunek konieczny jego występowania.
25. Podaj i opisz zasady funkcjonowania w obrocie finansowym instrumentów tj. weksel, czek, obligacje, akcje, udziały.
26. Podaj podobieństwa i różnice pomiędzy korporacją a koncernem na wybranych przykładach.

27. Opisz podstawowy proces funkcjonowania organizacji.
28. Przedstaw główne kierunki i szkoły teorii organizacji i nauk o zarządzaniu. Wskaż, które zasady i metody szkoły klasycznej oraz behawioralnej mają zastosowanie we współczesnych organizacjach.
29. Przedstaw wybrany sposób wykorzystania eyetrackera w badaniach marketingowych, omów procedurę ich przeprowadzenia.
30. Przedstaw i omów schemat Cyklu Deminga.
31. Przedstaw założenia teorii X i Y (Douglasa McGregora).
32. Przedstaw rolę państwa w systemie gospodarczym w aspekcie mikro i makroekonomicznym.
33. Scharakteryzuj bilans jako element sprawozdania finansowego jednostek podlegających corocznemu badaniu i wymień pozostałe części tego sprawozdania.
34. Scharakteryzuj pojęcie i znaczenie płynności finansowej.
35. Wymień i scharakteryzuj rodzaje marketingu.
36. Wymień główne założenia merkantylnizmu i scharakteryzuj jedno z nich.
37. Wymień i omów na przykładach modele rynku mając na uwadze ich poszczególne cechy.
38. Wymień i opisz etapy i fazy cyklu życia organizacji.
39. Wymień i scharakteryzuj metody motywowania pracowników.
40. Wymień i scharakteryzuj metody restrukturyzacji organizacji. Wymień i opisz przykłady restrukturyzacji ratunkowej i rozwojowej, a także określ różnice między nimi.
41. Wymień i zdefiniuj na wybranym przykładzie umiejętności menedżerskie.
42. Wymień i omów formy opodatkowania działalności gospodarczej.
43. Wymień metody kształtowania cen oraz kryteria ich różnicowania.
44. Wymień rodzaje innowacyjności oraz omów na czym polega innowacyjność organizacji na wybranych przykładach.
45. Za pomocą kryteriów segmentacji rynku dokonaj charakterystyki rynku docelowego (B2C oraz B2B) wybranej organizacji.
46. Zaprezentuj SERVQUAL jako metodę pomiaru poziomu jakości usług.
47. Zaprojektuj mix marketingowy dla rozpoczynającej działalność organizacji. Scharakteryzuj cechy instrumentów marketingowych w fazie wprowadzenia organizacji na rynek.
48. Zdefiniuj i omów pojęcie budżetu państwa.
49. Zdefiniuj i omów pojęcie: instytucji zarządzającej, pośredniczącej, wdrażającej oraz beneficjenta.
50. Dokonaj analizy głównych założeń liberalizmu gospodarczego.