

UCHWAŁA nr 14/JK/2024

Rady Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego podjęta na posiedzeniu w dniu 21 października 2024 roku

w sprawie: zatwierdzenia pytań na egzamin licencjacki i magisterki dla studentów I i II stopnia studiów broniących się od roku akademickiego 2024/2025

Rada Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego na podstawie Regulaminu Studiów UŁ przyjętego uchwałą nr 449 Senatu UŁ z dnia 14 czerwca 2019 r. z późniejszymi zmianami uchwała co następuje:

§ 1

Rada Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego zatwierdza pytania na egzamin licencjacki na kierunkach: *Analityka biznesu, Automatyzacja procesów biznesowych – BPA, Business Management, Cyfryzacja i zarządzanie danymi w biznesie, Digital Communication and Social Media for Management, Finanse i inwestycje, Logistyka, Management and Finance, Marketing, Przedsiębiorczość i zarządzanie innowacjami, Rachunkowość, Zarządzanie, Zarządzanie miastem, Zarządzanie zasobami ludzkimi* oraz na egzamin magisterski na kierunkach: *Business and Digital Analytics, Rachunkowość i zarządzanie finansami, Zarządzanie*.

Wykaz zatwierdzanych pytań egzaminacyjnych stanowi załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 2

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Pytania na egzamin licencjacki obowiązujące od roku akademickiego 2024/2025

I stopień, kierunek Automatyzacja procesów biznesowych – BPA, Cyfryzacja i zarządzanie danymi w biznesie

Pytania ogólne

1. Modele dojrzałości cyfrowej
2. Sztuczna Inteligencja jako determinanta Biznesu 4.0
3. Wybrane dokumenty kształtujące ramy rozwoju AI w Polsce i UE
4. Cechy komunikacji w środowisku wirtualnym
5. Zagrożenia w środowisku wirtualnym
6. Metody tworzenia strategii komunikacyjnej w mediach społecznościowych
7. Automatyzacja procesów pracy (automation workflow). Przykłady notacji i środowisk automatyzacji
8. Wpływ otoczenia organizacji na jej funkcjonowanie
9. Ewolucja struktur organizacyjnych – wymiary i zasady ich budowy
10. Racjonalność decyzji w zarządzaniu
11. Modele procesów decyzyjnych w zarządzaniu publicznym
12. Znaczenie pojęcia mobilności i nomadyczności. Różnice między tymi pojęciami.
13. Obszary zastosowań rozwiązań mobilnych w biznesie
14. Systemy zarządzania mobilnością i ich funkcjonalność
15. Metody skalowania robotyki ze wsparciem platformy Blue Prism
16. Architektura platformy Blue Prism
17. Funkcjonalności platformy Blue Prism
18. Sposoby wykorzystania Inteligentnych Systemów Transportowych (ITS) do ograniczenia kongestii
19. Cele infrastruktury teleinformatycznej w logistyce
20. Marketing i jego stosowanie w praktyce
21. Strategia marketingowa - pojęcie, rodzaje i etapy
22. Rola procesów operacyjnych w przedsiębiorstwie
23. Istota i zastosowanie Lean Management, Toyota Production System
24. Cele i funkcje zarządzania zasobami ludzkimi
25. Decyzje finansowe podejmowane w przedsiębiorstwie
26. Metody projektowania współpracy człowieka z maszyną
27. Wpływ post- i transhumanizmu na budowanie relacji człowieka z maszyną
28. Zawartość informacyjna bilansu oraz rachunku zysków i strat
29. Charakterystyka własnych i obcych źródeł finansowania przedsiębiorstwa

I stopień, Grupa kierunków Finanse i rachunkowość (kierunki: Finanse i inwestycje, Rachunkowość)

Pytania ogólne

1. Pojęcie misji, wizji i strategii przedsiębiorstwa
2. Pojęcie przedsiębiorcy – ujęcie prawne, ekonomiczne i społeczne
3. Model biznesowy i jego podstawowe elementy
4. Segmenty rynku finansowego
5. Charakterystyka polskiego systemu emerytalnego
6. Podatki - istota i klasyfikacja
7. Charakterystyka polskiego systemu bankowego
8. System Getting Things Done (GTD) - istota i podstawowe zasady
9. Podstawowe zasady profesjonalnego networkingu
10. Zastosowanie narzędzi arkusza kalkulacyjnego Excel w biznesie
11. Przykłady wykorzystania arkusza kalkulacyjnego w finansach i rachunkowości
12. Model systemowy organizacji
13. Metody rekrutacji i selekcji pracowników
14. Ewolucja struktur organizacyjnych – wymiary i zasady ich budowy
15. Nadrzędne zasady rachunkowości – istota, skutki zastosowania.
16. Rodzaje kont księgowych i ich powiązania z elementami sprawozdania finansowego
17. Użytkownicy sprawozdań finansowych a ich potrzeby informacyjne
18. Istota, założenia i przydatność analizy progu rentowności

I stopień, Grupa kierunków Zarządzanie

(kierunki: **Analityka biznesu, Logistyka, Marketing, Przedsiębiorczość i zarządzanie innowacjami, Zarządzanie, Zarządzanie miastem, Zarządzanie zasobami ludzkimi**)

Pytania ogólne

1. Pojęcie misji, wizji i strategii przedsiębiorstwa
2. Pojęcie przedsiębiorcy – ujęcie prawne, ekonomiczne i społeczne
3. Model biznesowy i jego podstawowe elementy
4. Wpływ otoczenia organizacji na jej funkcjonowanie
5. Ewolucja struktur organizacyjnych – wymiary i zasady budowy
6. Racjonalność decyzji w zarządzaniu
7. Modele procesów decyzyjnych w zarządzaniu publicznym
8. System Getting Things Done (GTD) - istota i podstawowe zasady
9. Podstawowe zasady profesjonalnego networkingu
10. Zastosowanie narzędzi arkusza kalkulacyjnego Excel w biznesie
11. Marketing i jego stosowanie w praktyce
12. Strategia marketingowa - pojęcie, rodzaje i etapy
13. Rola procesów operacyjnych w przedsiębiorstwie
14. Istota i zastosowanie Lean Management, Toyota Production System
15. Cele i funkcje zarządzania zasobami ludzkimi

16. Decyzje finansowe podejmowane w przedsiębiorstwie
17. Ryzyko a źródła finansowania przedsiębiorstwa
18. Zakres informacyjny sprawozdań finansowych
19. Rola rachunkowości finansowej i zarządczej w przedsiębiorstwie

I stopień, kierunek Zarządzanie miastem

Pytania kierunkowe

1. Współczesne wyzwania w rozwoju miast
2. Interesariusze w zarządzaniu miastem
3. Czynniki rozwoju lokalnego
4. Instrumenty gospodarowania gruntami w gminie - klasyfikacja i charakterystyka
5. Istota efektów zewnętrznych
6. Zarządzanie a administrowanie nieruchomościami
7. Instrumenty pomocy mieszkaniowej
8. Organizacja samorządu terytorialnego w Polsce
9. Zadania gminy, powiatu i województwa samorządowego
10. Zasada dwuinstancyjności w postępowaniu administracyjnym
11. Istota i rola decyzji administracyjnej w postępowaniu administracyjnym
12. Bariery w rozwoju systemów infrastruktury technicznej w mieście
13. Kongestia komunikacyjna w miastach i metody jej zapobiegania i ograniczenia
14. Zarządzanie miastem w świetle koncepcji rozwoju sustensywnego
15. Instrumenty zarządzania środowiskiem w miastach
16. Struktura dochodów jednostek samorządu terytorialnego
17. Istota i zasadność stosowania indywidualnego wskaźnika zadłużenia
18. Kapitał terytorialny jako źródło przewagi konkurencyjnej miasta
19. Analiza interesariuszy w procesie przygotowania strategii rozwoju
20. Tradycyjne a zintegrowane podejście do planowania rozwoju terytorium
21. Koncepcja subproduktów miasta w marketingu terytorialnym
22. Wizerunek a tożsamość miasta
23. Współpraca jednostek samorządu terytorialnego a realizacja zadań użytecznych publicznie
24. Istota i formy partycypacji społecznej
25. Specyfika usług publicznych na tle usług prywatnych
26. Dobra publiczne a dobra prywatne
27. Wpływ procedury udzielania zamówień publicznych na funkcjonowanie instytucji publicznych
28. Rola zamówień publicznych w wydatkowaniu środków publicznych
29. Cyfryzacja administracji publicznej w Polsce
30. Ograniczenia rozwoju e-administracji w Polsce

I stopień, kierunek Zarządzanie zasobami ludzkimi

Pytania kierunkowe

1. Etapy procesu badawczego w naukach społecznych
2. Ilościowe i jakościowe metody zbierania danych w badaniach społecznych – przykłady i różnice
3. Etyczne aspekty prowadzenia badań społecznych

4. System wynagradzania i jego składowe
5. Składniki wynagrodzenia całkowitego
6. Zasady oceniania pracowników
7. Kryteria oceniania pracowników: charakterystyka i przykłady kryteriów
8. Wyniki oceniania pracowników a kształtowanie wynagrodzeń
9. Metody rekrutacji pracowników
10. Metody selekcji kandydatów do pracy
11. Charakterystyka dwóch wybranych typów wywiadów wykorzystywanych w procesie selekcji
12. Cele i metody adaptacji nowych pracowników
13. Derekrutacja jako funkcja zarządzania zasobami ludzkimi
14. Współczesne wyzwania dla kształtowania relacji społecznych w organizacji
15. Analiza sieci społecznych i jej zastosowania
16. Poziomy i obszary analizy relacji społecznych w organizacji
17. Rodzaje umów o pracę
18. Różnice pomiędzy umową o pracę a umową zlecenia
19. Proces szkolenia i jego etapy
20. Tradycyjne i nowoczesne techniki szkolenia
21. Wielowymiarowość terminu "kariera"
22. Instrumentarium określania predyspozycji zawodowych
23. Forma i treść umowy o pracę
24. Obowiązki pracodawcy w związku z zakończeniem umowy o pracę
25. Obowiązki pracodawcy w zakresie ewidencji czasu pracy
26. Wykorzystanie systemów informatycznych w administracji kadrowo-płacowej
27. Ubezpieczenia społeczne i zdrowotne z tytułu umowy o pracę i umów cywilnoprawnych
28. Wybrane sposoby przeciwdziałania różnego rodzaju dyskryminacji w procesach rekrutacji i selekcji
29. Rola kadry kierowniczej w kreowaniu zasad i norm etycznych obowiązujących w organizacji

I stopień, kierunek Business Management

Pytania kierunkowe

1. Nature of management
2. Conflict management - compromise and collaboration
3. The role and use of space in management
4. Information systems and AI for business
5. Business actions for cybersecurity
6. Data visualization in business
7. Implementation of "learning how to learn" concept
8. Knowledge visualization - role and methods
9. Relationships between personal space and organization space
10. Application of a notion: "to manage oneself"
11. Knowledge management - theory and practice
12. Concept of a business - essence and application
13. Rationale for business growth and business development
14. A possibility of business without money
15. Relationship between accounting and finance
16. Financial and operational perspectives in business

17. A logic behind a triad: balance sheet - cash flow statement - income statement
18. Forms of business for the 21st century
19. A role and functions of market in the business world
20. Building blocks that constitute a business
21. Relevance of intellectual models in personal learning
22. The role and practical use of simple rules in learning
23. Job satisfaction and its measures
24. Application of AI for job enhancement
25. An individual's and team's mutual adjustment mechanisms
26. Product as a vehicle for service
27. Nature of business boundaries
28. Time horizons in business
29. Cost of capital and capital structure
30. Business capabilities and sources of capital
31. Role of capital and money in business
32. Paths to high performance teams
33. Selection criteria for organization interventions
34. Talent management in organizations
35. The scope of strategic management accounting
36. Relevance of cost and expenditure for business manager
37. Managerial accounting as an indicator for decision makers
38. Market as an imperative force in business
39. Creation, delivery and capture of marketing instruments value
40. Impact of information technologies on marketing programs
41. Risk in business, sources and counteractions
42. Value creation and measures of business value
43. Metaphorical inspirations for organization theory
44. An organization domain concept - implications for management actions
45. A logic behind a triad of elements: organizations-systems-boundaries
46. The cascades of Balanced Scorecards
47. Dashboards and other forms of visualization
48. Business intelligence and data management

I stopień, kierunek Digital Communication and Social Media for Management

Pytania kierunkowe

1. Role of finance. What skills does someone who works in finance have?
2. Digital transformation in finance
3. Primary functions of management. How do they contribute to the overall success of an organization?
4. Different management styles (e.g., autocratic, democratic, laissez-faire) and their effect on employee motivation and productivity
5. Influence of external environmental factors (e.g., economic, technological, political) on the management process within organizations
6. Business actions for cybersecurity

7. Data visualization in business
8. The influence of the organisation's situation on the design of the organization - describe the symptoms of structural misalignment.
9. The core and non-core work processes and their relationship to designing organization
10. The reinforcement of the culture on the strategy and structural design of the organization needs to be effective in its environment (including the role of culture in organizational learning)
11. Roles that people perform in business organisations
12. Factors of production - acquisition and combination
13. The impact of risk and uncertainty on business decision-making
14. Explain the concept of media convergence and discuss its impact on modern media production and consumption
15. The main differences between traditional media (such as television, radio, print) and digital media in terms of audience engagement and content distribution
16. Economic forces shaping business
17. Perspectives on business environment
18. Corporate Social Responsibility in business organizations
19. Concept of value from the perspective of a business and a customer
20. Concept of holistic marketing
21. Role of marketing instruments in marketing strategy
22. Concept of socially responsible marketing
23. Stages of group development. Their impact on team performance and cohesion.
24. Concept of organizational culture. Effective management of cultural change by leaders.
25. Maslow's hierarchy of needs versus Herzberg's two-factor theory of motivation.
26. The main global trends in the digital economy, and how do they impact businesses operating in various sectors of the economy
27. The main types of digital commerce, and what benefits and challenges are associated with each of them in the global market
28. Digital transformation - essence, consequences, challenges
29. Strategies of digital transformation and new business models
30. Key elements of a successful content marketing strategy
32. Business model innovation process
33. Utilizing marketing instruments in value creation, delivery and capture processes
34. Identify and describe a range of potential techniques that can be used to create an understanding of the market and to make marketing decisions.
35. The role and use of projective tests, experiments and observations to measure personality, the subjective and true opinions or beliefs of customers in marketing research.
36. The role of market communication in the modern business environment
37. The concept of business versus the concept of branding and market communication
38. Customer journey mapping. Benefits and challenges.
39. Methods of usability testing of websites and mobile applications
40. The habit loop and its impact on consumer decision-making.
41. The concept of behavioral economics and its differences from traditional economics in consumer decision-making.
42. Techniques and tools to encourage the client to interactivity in social media
43. Mistakes in constructing communication strategies based on social networks
44. Classification of social networking sites
45. The techniques of advertising on different types of social networks
46. The strategies of creating engaging social media content on each platform
47. Crisis situation - types and source of emergence

48. Strategies of the crisis management in social media
49. Social Media vs. Print Design
50. Social Media Graphics Best Practices
51. Typology of influencers
52. The key factors to consider when choosing the right influencer for a brand or product
53. Key steps involved in creating an engaging social media ad
54. Key metrics to focus on when evaluating the success of a social media campaign

I stopień, kierunek Management and Finance

Pytania kierunkowe

1. Financial system and its elements
2. Banks – types and main activities
3. The functions of management
4. Organization structure - types, characteristics, importance
5. Organization and its external environment
6. Explain the steps when analyzing datasets with a spreadsheet
7. Types and tools of visualizations in Excel
8. Mission, vision, strategy – how do these elements shape organizations design
9. Organization as an open system – how is the concept related to the stakeholder approach
10. Approaches (how) to measure (financially and non-financially) the performance of organizations
11. Roles and the types of them performed by people in business organisations
12. The impact (how) risk and uncertainty on business decision-making
13. The ways (how) of acquiring and combining factors of production
14. Purpose and principles of financial accounting
15. Information content of the financial statements
16. Accounts – types, rules and functions
17. Trends in modern human resources management - challenges, problems, solutions
18. Types and tools of organization development interventions
19. Identify the importance (why) of corporate social responsibility for business organizations
20. Indicate what value is to the business and the consumer
21. Group development process
22. Organizational culture
23. Managing conflicts in organization
24. Kotter's 8-step process of Organizational Change Management
25. Attitude towards organizational change. Methods to reduce resistance to change
26. Relationship between organizational culture and innovation, and how can leaders foster a culture that encourages creativity
27. The essence of the cost of capital
28. The most important company's capital sources
29. Corporate governance mechanisms and controls
30. The role of legislation and self-regulation in corporate governance
31. Cost classifications and behaviour
32. Advantages and disadvantages of absorption and marginal costing
33. Activity based costing as alternative cost management technique
34. Cost versus current measurement bases of assets and liabilities

35. Fundamental concepts and assumptions for financial reporting
36. Types of Key Performance Indicators - weak points and strong points, examples and relationship
37. Balanced Scorecard - genesis, functions, structure and use on examples
38. Sustainability - nature, approaches, and measurement- benefits, costs and problems
39. Operational management accounting vs. strategic management accounting
40. Cost-Volume-Profit relationships
41. Role of management accountants in organization
42. Data models and integrity protection in databases
43. Structured Query Language – standards and basic commands
44. Role of financial analysis tools in management decision process
45. Financial analysis in bankruptcy risk prediction
46. Measurement models used under IFRS – concepts and their application in balance sheet measurement
47. Financial statements under IFRS – elements, structure and content
48. The role of WACC in the modern financial management
49. Main approaches in the valuation of the company
50. The phases of financial statements' audit - objectives and results
51. Objectives and concept of substantive and control test
52. Management Information System in operations and management
53. Process mining vs data mining vs Business Process Management

Pytania na egzamin magisterski
obowiązujące od roku akademickiego 2024/2025

II stopień, kierunek Business and Digital Analytics

Pytania kierunkowe

1. Budgets: advantages and disadvantages of budgetary thinking
2. Measuring and reporting cash flows
3. Methods of analysing and interpreting financial statements
4. Usefulness of cost–volume–profit analysis for decision making
5. Indicate and characterize the measurement scale used for the variable in statistical analyses
6. Name and characterize measures of location used in descriptive statistics
7. List and characterize measures of dispersion used in descriptive statistics
8. Indicate and characterize correlation coefficients used for quantitative variables
9. Sources of business success - challenges in making strategic decisions
10. Heuristics and their impact on business decision making
11. ERP systems - classification and applications
12. Digital applications for data managing and mining
13. Digital applications for customer insights discovery
14. Successful critical thinking – prerequisites and practices
15. Emotions influencing judgement - mechanisms
16. Key barriers to critical thinking
17. Comparison of Maslow's hierarchy of needs with Herzberg's two-factor theory of motivation
18. Comparison of transactional and transformational leadership styles. Types of organizational situations

where each style may be most effective

19. Key drivers of company value and their influence on enterprise value creation
20. Market and medium term enterprise performance metrics
21. List and briefly discuss the measures of value created from the point of view of the company and its owners
22. Critical factors of Search Engine Optimization
23. Analytical tools for content marketing
24. Elements of PICOC concept
25. Perfect competition versus monopolistic competition - similarities and differences
26. Stages in the qualitative research process
27. Qualitative research methods - present comparative analysis and application two of them
28. Stages in the quantitative research process
29. Quantitative research methods - present comparative analysis and application two of them
30. Business problem identification and evaluation of alternative solutions
31. Research process - stages
32. Measurement system - key pillars and elements
33. Customer equity – concepts and methods of evaluations
34. People efficiency and effectiveness - metrics
35. Typology of AI applied in business models
36. The structure of a digital platform as a business model
37. Sessions, users, page views, events, key events, and conversion rate - definitions and interpretation
38. Traffic sources in Google Analytics - the most popular categories and their interpretation
39. Social media algorithms - characteristics and differences between the platforms
40. Website analytics - adjusting tools to specific needs
41. The persuasion process - elements and rules
42. Common pitfalls when presenting complex data and ways to overcome them

II stopień, kierunek Rachunkowość i zarządzanie finansami

Pytania kierunkowe

1. Bilans płatniczy i jego wpływ na kurs walutowy
2. Charakterystyka ryzyka kursowego oraz metod jego ograniczania
3. Rodzaje walutowych mechanizmów kursowych
4. Wybrane teorie struktury kapitału przedsiębiorstwa
5. Polityka dywidend przedsiębiorstwa
6. Sposoby dystrybucji dochodów spółek do akcjonariuszy
7. Koszty agencji w korporacjach
8. Charakterystyka anglosaskiego i kontynentalnego modelu rachunkowości finansowej
9. Istota, cele i struktura "Założeń koncepcyjnych sprawozdawczości finansowej"
10. Wycena bilansowa kluczowych pozycji aktywów i zobowiązań według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej
11. Zasady ujmowania i pomiaru przychodów według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej
12. Podejmowanie decyzji krótkookresowych z wykorzystaniem narzędzi rachunkowości zarządczej
13. Przydatność i ograniczenia analizy koszty-wolumen-zysk
14. Istota, zalety i wady budżetowania operacyjnego w przedsiębiorstwie
15. Finansowe szeregi czasowe i metody ich analiz

16. Współzależność zjawisk gospodarczych
17. Modele decyzyjne

Pytania ze specjalności

Specjalność Menadżer finansowy

1. Główne założenia analizy technicznej
2. Charakterystyka teorii Dowda
3. Podstawowe narzędzia analizy trendu
4. Charakterystyka dochodowych metod wyceny przedsiębiorstw
5. Istota mnożnikowej metody wyceny przedsiębiorstw
6. Przyczyny różnic w wycenach przedsiębiorstwa
7. Kapitał obrotowy - definicja, znaczenie, strategię kapitału obrotowego.
8. Ryzyko i niepewność w ocenie inwestycji.
9. Budowa portfela inwestycyjnego.
10. Strategię zarządzania portfelem akcji.
11. Źródła wartości dodanej w procesach fuzji i przejęć
12. Ocena wartości akwizycji kapitałowej (kryteria opłacalności nabycia)
13. Podstawowe modele wyceny akcji i obligacji
14. Podstawowe rodzaje strategii zarządzania portfelem akcji i obligacji
15. Teoria portfela Markowitza
16. Testy istotności dla współczynników korelacji
17. Metody wyodrębnienia efektów sezonowych w szeregach czasowych
18. Metody wygładzania wykładniczego szeregów czasowych - rodzaje i ich charakterystyka
19. Psychologiczne uwarunkowania decyzji inwestycyjnych
20. Charakterystyka inwestycji alternatywnych
21. Zasady zarządzania finansami osobistymi
22. Podstawowe strategię na poziomie biznesu
23. Analiza 5 sił Portera: składowe poszczególnych sił oraz znaczenie metody
24. Optymalizacja kosztów operacyjnych przedsiębiorstwa i jej wpływ na wynik EBITDA
25. Narzędzia w zarządzaniu projektami przedsiębiorstwa

Specjalność Rachunkowość i sprawozdawczość finansowa

1. Narzędzia rachunku kosztów i obszary ich wykorzystania w sprawozdawczości finansowej
2. Obszary zastosowania rachunku kosztów standardowych (budżetowania) dla potrzeb sprawozdawczości finansowej
3. Metody ujmowania przychodów i kosztów z tytułu długoterminowych umów o usługi budowlane w kontekście zasady współmierności
4. Zasady szacowania i ujmowania odpisów z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych
5. Ujmowanie umów leasingowych w systemie rachunkowości korzystającego
6. Zasady tworzenia rezerw i ich ujęcia w sprawozdaniu finansowym
7. Przyczyny rozbieżności w zasadach ustalania wyniku finansowego i dochodu podatkowego
8. Podatek dochodowy odroczony - istota i zasady pomiaru
9. Kluczowe rozbieżności w zasadach uznawania przychodów i kosztów pomiędzy polskim prawem bilansowym a regulacjami podatku CIT
10. Wartość informacyjna wybranych wskaźników rentowności
11. Charakterystyka etapów analizy sprawozdań finansowych

13. Zasady ogólne i szczególne rozliczania podatku VAT naliczonego
14. Zasady oskładkowania ZUS wynagrodzeń pracowników etatowych
15. Czynniki (uwarunkowania) wpływające na kształtowanie polityki rachunkowości przedsiębiorstwa
16. Rola, znaczenie i hierarchia prawnych, środowiskowych i pozaprawnych źródeł regulacji oraz osądu w kształtowaniu polityki rachunkowości przedsiębiorstwa
17. Kategorie aktywów finansowych według rozporządzenia Ministra Finansów - zasady klasyfikacji do poszczególnych kategorii oraz zasady wyceny i ujmowania jej skutków
18. Prawne formy połączeń spółek a księgowe metody ich rozliczania
19. Porównywalność danych finansowych w sprawozdaniu finansowym sporządzonym w pierwszym roku jednostki niezdolnej do kontynuacji działalności.
20. Ujmowanie i prezentacja przepływów pieniężnych w sprawozdawczości finansowej
21. Podstawowe zasady interpretacji i analizy informacji o przepływach pieniężnych
22. Zasady prognozowania strumieni przepływów pieniężnych
23. Zasady formalne sporządzenia sprawozdania finansowego - format, podpisy, odpowiedzialność
24. Uproszczenia możliwe do zastosowania przy sporządzaniu sprawozdań finansowych zgodnie z Ustawą o rachunkowości
25. Inwentaryzacja w przedsiębiorstwie - zasady, obowiązki, terminy

Specjalność Rachunkowość zarządcza/controlling

1. Główne grupy wskaźników wykorzystywanych w analizie finansowej organizacji
2. Istota oraz wady i zalety analizy dyskryminacyjnej (modeli przewidywania bankructwa) na tle tradycyjnej analizy wskaźnikowej i analizy punktowej
3. Wpływ polityki rachunkowości jednostki na rezultaty analizy sprawozdań finansowych
4. Metody rachunkowości zarządczej w zarządzaniu projektami
5. Kultura narodowa i jej wymiary a zastosowanie metod rachunkowości zarządczej
6. Przydatność tradycyjnych systemów rachunku kosztów w zarządzaniu
7. Kalkulacja kosztów produktów metodą doliczeniową i podziałową
8. Rachunek kosztów działań a tradycyjne systemy rachunku kosztów
9. Wykorzystanie rachunku kosztów standardowych w zarządzaniu
10. Rozliczanie kosztów działalności pomocniczej w przedsiębiorstwie.
11. Zalety i wady budżetowania w arkuszu kalkulacyjnym
12. Metody prognozowania przychodów, kosztów, wpływów i wydatków w arkuszu kalkulacyjnym
13. Istota trzech wybranych wskaźników oceny przedsięwzięć długoterminowych (projektów inwestycyjnych)
14. Analiza wrażliwości w zarządzaniu ryzykiem i możliwości jej praktycznego wykorzystania w procesie planowania i podejmowania decyzji
15. Praktyczne przykłady zastosowania arkusza kalkulacyjnego Excel w powiązaniu z systemem ERP do analizy procesów biznesowych w przedsiębiorstwie
16. System informacyjny a system informatyczny – podobieństwa i różnice
17. Zalety i wady zastosowania systemu rachunkowości zarządczej w warunkach działania zintegrowanego systemu informatycznego
18. Strategiczna a operacyjna rachunkowość zarządcza
19. Metody rachunkowości zarządczej w warunkach stosowania rachunku kosztów działań
20. Zasady rachunku kosztów docelowych i jego rola w strategicznym zarządzaniu kosztami
21. Zasady planowania przepływów pieniężnych projektów inwestycyjnych
22. Istota i rola budżetowania w przedsiębiorstwie.

23. Organizacja procesu budżetowania w przedsiębiorstwie.

Specjalność Rachunkowość z akredytacją ACCA

1. Ogólne zasady rozliczania podatku VAT w transakcjach krajowych
2. Ogólne zasady rozliczania podatku VAT w transakcjach zagranicznych (UE oraz poza UE)
3. Przydatność tradycyjnych systemów rachunku kosztów w zarządzaniu
4. Kalkulacja kosztów produktów metodą doliczeniową i podziałową
5. Rachunek kosztów działań a tradycyjne systemy rachunku kosztów
6. Wykorzystanie rachunku kosztów standardowych w zarządzaniu
7. Kapitał obrotowy - definicja, znaczenie, strategię kapitału obrotowego.
8. Ryzyko i niepewność w ocenie inwestycji.
9. Budowa portfela inwestycyjnego.
10. Strategię zarządzania portfelem akcji.
11. Niezależność biegłego rewidenta i jej zagrożenia
12. Pojęcie istotności w badaniu sprawozdań finansowych
13. Rodzaje i estymacja ryzyka w badaniu sprawozdań finansowych
14. Zasady ustalania składek ZUS od umów o pracę.
15. Zasady amortyzacji w świetle ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych
16. Ogólne zasady uznawania kosztów w dochodzie podatkowym osób prawnych.
17. Zakres podmiotowy skonsolidowanych sprawozdań finansowych oraz różnice w podejściu MSSF i regulacji polskich
18. Podejście koncepcyjne i regulacyjne (polskie i międzynarodowe) do wartości firmy w sprawozdawczości grup kapitałowych
19. Zasady ujmowania, wyceny i prezentacji udziałów mniejszościowych według regulacji polskich i MSSF
20. Strategiczna a operacyjna rachunkowość zarządcza
21. Metody rachunkowości zarządczej w warunkach stosowania rachunku kosztów działań
22. Zasady rachunku kosztów docelowych i jego rola w strategicznym zarządzaniu kosztami
23. Zasady planowania przepływów pieniężnych projektów inwestycyjnych
24. Próbkowanie w badaniu wiarygodności
25. Zapasy - cele i program badania przez biegłego rewidenta
26. Powody modyfikacji opinii biegłego rewidenta

II stopień, kierunek Zarządzanie

Pytania kierunkowe

1. Istota i rodzaje dóbr publicznych
2. Klasyfikacja podatków
3. Formy interwencji państwa w gospodarkę
4. Przydatność narzędzi rachunkowości zarządczej do podejmowania decyzji długo- i krótkookresowych
5. Zasady budżetowania operacyjnego i kapitałowego i ich przydatność w zarządzaniu organizacją
6. Strategię marketingowe i ich miejsce w procesach internacjonalizacji i globalizacji
7. Przyczyny rozwoju grywalizacji i crowdfundingu
8. Metody i koncepcje działań marketingowych wykorzystujące Internet i nowe technologie
- idea i zastosowanie
9. Organizacyjne i indywidualne uwarunkowania zachowań ludzi w organizacji

10. Przywództwo w organizacji - ewolucja i kierunki zmian
11. Kulturowe uwarunkowania zachowań ludzi w organizacji
12. Poziomy zarządzania strategicznego i rodzaje strategii formułowanych na poszczególnych poziomach
13. Metody analizy strategicznej i ich przydatność w procesie formułowania strategii
15. Zrównoważone zarządzanie zasobami ludzkimi
16. Kompetencje HR biznes partnera

Pytania ze specjalności

Specjalność Marketing

1. Istota oraz metody badania pojemności rynku
2. Użyteczność badań rynkowych w procesach decyzyjnych organizacji
3. Składniki rozwoju zjawisk rynkowych w czasie (charakterystyka)
4. Miejsce strategii marketingowej w modelu biznesu
5. Etapy tworzenia strategii marketingowej
6. Strategia pretendenta rynkowego - przykłady
7. Strategia niszy rynkowej
8. Wartość dla klienta jako podstawa formułowania strategii marketingowej
9. Podstawowe strategie marki
10. Korzyści z marki dla przedsiębiorstwa i konsumenta
11. Determinanty silnej marki
12. Istota i metody badań motywów postępowania konsumentów
13. Wykorzystanie informacji z badań rynkowych do podejmowania decyzji w zakresie promocji
14. Badania nowego produktu przy wykorzystaniu analiz wielowymiarowych – koncepcja, korzyści z zastosowania
15. Badanie marki i jej pozycji na rynku
16. Wykorzystanie informacji z badań rynkowych dla potrzeb segmentacji rynku i strategii targetowania
17. Badania ilościowe i jakościowe – różnice i podobieństwa
18. Ograniczenia stosowania kontrolingu w działalności marketingowej
19. Audyt marketingowy, jego miejsce w strukturze przedsiębiorstwa i zakres zadań
20. Wpływ Internetu na podstawowe instrumenty marketingu-mix
21. Wizerunek organizacji i jego elementy składowe
22. Kodeksy etyki zawodowej PR
23. Metody pomiaru skuteczności i efektywności działań PR

Specjalność Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa

1. Metody oceny inwestycji rzeczowych
2. Zewnętrzne źródła finansowania rozwoju przedsiębiorstwa
3. Różnice między modelem tradycyjnym a modelem "born global"
4. Sposoby wejścia na rynki zagraniczne w modelu tradycyjnym i w modelu globalnym
5. Metody dyskryminacji cenowej- zasady ogólne oraz podstawowe różnice pomiędzy nimi
6. Podstawowe miary stopnia koncentracji w sektorze
7. Kluczowe wskaźniki wykorzystywane w szacowaniu wykreowanej wartości w przedsiębiorstwie i ich charakterystyka.
8. Wartość rynkowa, księgowa i fundamentalna przedsiębiorstwa - różnice i czynniki kształtujące ich poziom

9. Charakterystyka metod dochodowych wyceny przedsiębiorstwa (DDM, FCFF)
10. Istota i podstawowe reguły prognozowania
11. Metody prognozowania
12. Wielowymiarowość pojęcia "przywództwo w biznesie" - przykłady menedżerów-przywódców
13. Sytuacyjne modele przywództwa - aspekty praktyczne
14. Modele biznesowe w handlu online
15. Strategie e-commerce- rodzaje i warunki zastosowania
16. Potencjalne źródła informacyjne przy analizie przypadku
17. Elementy rekomendacji jako rozwiązania studium przypadku
18. Charakterystyka strategii na poziomie biznesu
19. Finansowe i pozafinansowe miary sukcesu przedsiębiorstwa
20. Metody analizowania otoczenia przedsiębiorstwa oraz ich wpływ na strategię konkurowania firmy
21. Mechanizmy kreowania wartości firmy w praktyce
22. Ład korporacyjny oraz jego wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy
23. Kodeksy dobrych praktyk ładu korporacyjnego - istota, ewolucja i zawartość

Specjalność Zarządzanie zasobami ludzkimi

1. Rola Międzynarodowej Organizacji Pracy w kształtowaniu warunków zatrudnienia na globalnym rynku pracy
2. Wpływ różnic kulturowych na motywowanie pracowników
3. Kształtowanie kompetencji międzykulturowych
4. Zróżnicowanie wzorów karier zawodowych w zależności od kultury narodowej
5. Strategia zarządzania zasobami ludzkimi - specyfika, modele, proces tworzenia
6. Strategie ESG a zarządzanie zasobami ludzkimi
7. Programy zarządzania zasobami ludzkimi i korzyści z ich realizacji
8. Ewolucja poglądów na rolę ludzi w organizacjach – od podejścia tradycyjnego do humanocentrycznego
9. Model HRBP
10. Istota marki pracodawcy (employer brand) oraz zarządzania marką pracodawcy (employer branding)
11. Sposoby/perspektywy charakteryzowania pracodawcy z wyboru
12. Propozycja wartości zatrudnienia (employment value proposition) i jej kształtowanie
13. Siła marki pracodawcy: źródła siły marki pracodawcy i ich pomiar
14. Metody mierzenia wartości kapitału ludzkiego
15. Metody kształtowania poziomu absencji pracowniczej
16. Czynniki kształtujące poziom kosztów pracy w organizacji
17. Rola audytu personalnego w zarządzaniu zasobami ludzkimi
18. Zarządzanie neuroróżnorodnością jako wyzwanie dla realizatorów funkcji personalnej
19. Zarządzanie efektywnością pracownika
20. Zarządzanie zasobami ludzkimi w warunkach fuzji lub przejęcia przedsiębiorstwa
21. Informatyzacja i wirtualizacja zarządzania zasobami ludzkimi
22. Funkcje społecznego inspektora pracy
23. Rola i zadania związków zawodowych w organizacji