

Zarządzenie nr 5/2024/2025
Prorektora ds. Kształcenia
Wrocławskiej Akademii Biznesu w Naukach Stosowanych
z dnia 28 listopada 2024 r.

w sprawie: uaktualnienia zestawu zagadnień egzaminu dyplomowego dla poszczególnych kierunków studiów w roku akademickim 2024/2025

§ 1

Działając na podstawie § 22 ust. 8 Statutu Wrocławskiej Akademii Biznesu w Naukach Stosowanych oraz § 53 Regulaminu studiów i Zarządzenia nr 3/2024/2025 Prorektora ds. Kształcenia Wrocławskiej Akademii Biznesu w Naukach Stosowanych w sprawie zasad składania prac dyplomowych oraz przeprowadzania egzaminu dyplomowego w roku akademickim 2024/2025, uaktualniam zestaw zagadnień egzaminu dyplomowego obowiązujący w roku akademickim 2024/2025 dla poszczególnych kierunków studiów realizowanych we Wrocławskiej Akademii Biznesu w Naukach Stosowanych – załącznik nr 1.

§ 2

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania

Prorektor ds. Kształcenia

Dr inż. Halina Węgrzyn, prof. WAB

Do wiadomości:

- 1) Rektor
- 2) Prorektor ds. Nauki i Współpracy z Zagranicą
- 3) Prorektor ds. Rozwoju Uczelni i Współpracy z Otoczeniem
- 4) Pełnomocnik ds. Studentów
- 5) Menedżerowie kierunków studiów
- 6) Promotorzy
- 7) Biuro dydaktyki
- 8) Dziekanat
- 9) Przewodniczący Samorządu Studenckiego

Zestaw zagadnień egzaminu dyplomowego
Studia drugiego stopnia
Kierunek: Zarządzanie

1. Nurty, szkoły i podejścia w nauce o organizacji i zarządzaniu – ewolucja koncepcji.
2. Znaczenie polityki ekonomicznej państwa dla działalności przedsiębiorstw i organizacji.
3. Współczesne koncepcje zarządzania: cechy charakterystyczne, przykładowe metody i narzędzia, zastosowanie.
4. Zarządzanie a przywództwo – różnice i cechy skutecznego menedżera i lidera.
5. Gospodarka oparta na wiedzy: rola kapitału ludzkiego i jego rozwój.
6. Motywowanie pracowników – skuteczne techniki oraz ich wpływ na zaangażowanie i efektywność.
7. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) a zrównoważony rozwój przedsiębiorstw – dobre praktyki.
8. Znaczenie etyki biznesu w kształtowaniu norm i wartości współczesnych organizacji.
9. Znaczenie analizy otoczenia organizacji oraz metody jej przeprowadzania.
10. Zarządzanie strategiczne: proces formułowania i wdrażania strategii w organizacji.
11. Wizja, misja i cele strategiczne – zasady ich formułowania i znaczenie dla przedsiębiorstwa.
12. Analiza zasobów i umiejętności przedsiębiorstwa – czynniki sukcesu w dynamicznym otoczeniu.
13. Analiza sektorowa – zastosowanie modelu pięciu sił Portera w ocenie atrakcyjności sektora.
14. Zarządzanie procesami w organizacji – klasyfikacja procesów i ich pomiar.
15. Model zarządzania procesami według cyklu PDCA – wdrażanie i doskonalenie.
16. Lean management i automatyzacja procesów jako narzędzia optymalizacji w organizacji.
17. Funkcje i zasady rachunkowości w gospodarce rynkowej.
18. Bilansowe ujęcie majątku przedsiębiorstwa – zasady finansowania aktywów.
19. Sprawozdania finansowe przedsiębiorstwa: rodzaje, interpretacja i znaczenie w zarządzaniu.
20. Analiza wskaźnikowa: kluczowe wskaźniki finansowe, ich zalety i ograniczenia.
21. Produkt w marketingu – cykl życia, segmentacja, budowanie marki i pozycjonowanie.
22. Analiza sytuacji rynkowej i planowanie działań marketingowych – narzędzia i techniki.
23. Zarządzanie narzędziami marketingowymi w nowoczesnej organizacji.
24. Branding w kontekście międzynarodowym: budowanie i pomiar kapitału marki na rynkach globalnych.
25. Znaczenie analizy ekonomicznej w podejmowaniu decyzji zarządczych.
26. Analiza wyniku finansowego i wartości przedsiębiorstwa – narzędzia i metody.
27. Spółki prawa handlowego: rodzaje, charakterystyka i ich znaczenie w gospodarce.
28. Umowy handlowe – kluczowe elementy i ich wpływ na relacje biznesowe.
29. Style i techniki negocjacji w biznesie – strategie osiągnięcia porozumień.
30. Rola sztucznej inteligencji, digitalizacji i automatyzacji w zarządzaniu.

Zestaw zagadnień egzaminu dyplomowego
Studia MBA - International
Kierunek: Zarządzanie

1. Generic business strategy options according to Michael Porter and their practical applications in competitive industries.
2. Negotiation styles in business: their characteristics and the stages of the negotiation process.



3. Leadership styles and their characteristics: adapting leadership approaches to different organizational contexts.
4. Corporate Social Responsibility (CSR): objectives, tools, and examples of effective business practices.
5. The importance of ESG (Environmental, Social, Governance) in business strategies: key objectives, challenges, and tools for implementing sustainability.
6. Investment decisions: critical financial decision criteria for evaluating investment projects.
7. Corporate valuation: the concept and main features of the Discounted Cash Flow (DCF) method and its applications.
8. The principles of social cost-benefit analysis and its relevance in evaluating public and private sector projects.
9. Opportunity cost: calculation methods, examples, and its impact on decision-making for organizations and individual investors.
10. The stages of project management and criteria for project success in contemporary organizations.
11. Stakeholder analysis in project management: its role and importance for achieving project objectives.
12. Cultural dimensions in business life: Hofstede's indices and their implications for cross-cultural management.
13. The value and applications of quantitative techniques in managerial decision-making and problem-solving.
14. Strategic decisions regarding the transfer of activities and resources from home countries to host countries: evaluating appropriateness and challenges.
15. Financial principles supporting companies in choosing optimal capital structures in a global context.
16. The residual theory of dividends: determinants of dividend policy and its implications for financial management.
17. Supply chain management: definition, integral components, and examples of top-performing supply chain strategies.
18. Strategies for managing uncertainty in supply chains: addressing demand volatility and raw material shortages.
19. The benefits of using a coaching leadership style in developing teams and organizations.
20. The four stages of the traditional PR process and their relevance to modern public relations strategies.
21. The rules of crisis management and the key steps in an effective crisis communication process.
22. The components of a marketing plan and the procedures for formulating, implementing, and evaluating marketing programs.
23. Marketing strategies for each stage of the product life cycle: tools for effective communication and customer engagement.
24. Types of organizational change and the role of change management: managing stakeholders effectively during transitions.
25. Major models of organizational change management: phases and applications in modern organizations.
26. Predictive analytics for business forecasting and strategic planning: tools and applications.
27. Key differences between financial accounting and managerial accounting/controllership in business decision-making.
28. The phenomenon of teal (turquoise) organizations: characteristics, advantages, and challenges of this management approach.

29. Legal forms of business operations in Poland and the European Union: comparative advantages and limitations.
30. The role of artificial intelligence in digital transformation: applications of AI in optimizing processes, automating operations, and enhancing customer experiences.

Zestaw zagadnień egzaminu dyplomowego
Studia MBA - Executive
Kierunek: Zarządzanie

1. Strategie przewagi konkurencyjnej według Michaela Portera oraz ich zastosowanie w praktyce biznesowej.
2. Wymiary kultury według Hofstede lub innych badaczy i ich wpływ na zarządzanie w organizacjach międzynarodowych. Główne cechy kultury narodowej Polaków.
3. Elementy składowe sprawozdania finansowego i ich znaczenie w ocenie sytuacji finansowej przedsiębiorstwa.
4. Główne style zarządzania organizacją i ich charakterystyka w kontekście współczesnych wyzwań biznesowych.
5. Typy struktur organizacyjnych, ich zalety i wady. Nowoczesne struktury organizacyjne, takie jak struktury sieciowe czy hybrydowe.
6. Korzyści wynikające ze stosowania coachingowego stylu przywództwa w rozwijaniu zespołów i organizacji.
7. Etapy planowania marketingowego: elementy planu marketingowego oraz procedury formułowania, wdrażania i oceny programów marketingowych.
8. Składniki modelu biznesowego (Business Model Canvas) Alexa Osterwaldera i ich zastosowanie w tworzeniu strategii biznesowej.
9. Kluczowe zagadnienia metodyki Design Thinking w procesie tworzenia innowacyjnych rozwiązań.
10. Rodzaje innowacji ze względu na ich charakter i oryginalność zmian w organizacjach.
11. Identyfikacja i klasyfikacja procesów biznesowych w przedsiębiorstwie oraz ich znaczenie w zarządzaniu.
12. Style negocjacji w biznesie – ich charakterystyka oraz etapy procesu negocjacyjnego.
13. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) – cele, narzędzia i przykłady praktycznych działań.
14. Znaczenie ESG (Environmental, Social, Governance) w strategiach biznesowych organizacji – cele, wyzwania i narzędzia wdrażania zrównoważonego rozwoju.
15. Kultura organizacyjna i jej wpływ na efektywność i innowacyjność przedsiębiorstwa.
16. Składowe funkcje HR-owej, ich wzajemne zależności i rola w budowaniu przewagi konkurencyjnej.
17. Cele i metody zarządzania ryzykiem w organizacji – etapy procesu zarządzania ryzykiem.
18. Rodzaje zmian organizacyjnych oraz zarządzanie interesariuszami w procesach transformacyjnych.
19. Główne modele zarządzania zmianą organizacyjną i ich zastosowanie w praktyce.
20. Proces budżetowania – znaczenie i wpływ na sytuację finansową przedsiębiorstwa. Nowoczesne metody budżetowania.
21. Metody badawcze w badaniach ilościowych i jakościowych – zastosowanie w podejmowaniu decyzji zarządczych.
22. Style przywództwa i ich wpływ na efektywność organizacji oraz motywację zespołów.

23. Strategie wprowadzania produktów na rynek międzynarodowy – wyzwania i dobre praktyki.
24. Kluczowe elementy efektywnego zarządzania zespołami międzynarodowymi – wyzwania kulturowe i komunikacyjne.
25. Rodzaje przepływów w logistyce produkcji oraz strategii dystrybucji i ich znaczenie w łańcuchu dostaw.
26. Etapy zarządzania projektem – kryteria powodzenia i najczęstsze przyczyny niepowodzeń.
27. Fazy procesu PR – cele, zadania i narzędzia realizacji strategii public relations.
28. Zarządzanie organizacjami turkusowymi – główne zalety, wyzwania i przykłady praktyczne.
29. Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce i Unii Europejskiej oraz ich zalety i wady.
30. Rola sztucznej inteligencji i automatyzacji w transformacji cyfrowej organizacji: zastosowania AI w optymalizacji procesów, automatyzacji operacji i personalizacji doświadczeń klientów.

Zestaw zagadnień egzaminu dyplomowego

Studia drugiego stopnia

Kierunek: Turystyka i rekreacja

1. Turystyka jako czynnik interdyscyplinarnych badań naukowych
2. Współczesny obraz turystyki międzynarodowej na świecie
3. Zmiany we współczesnej turystyce wywołane pandemią Covid-19
4. Porównanie warunków rozwoju turystyki w makroregionach turystycznych wybranego kontynentu
5. Makroregiony turystyczne świata wg UNWTO i ich znaczenie dla ruchu turystycznego
6. Uwarunkowane kulturowo zachowania przestrzenne i społeczne człowieka
7. Rodzaje i możliwości wykorzystania wtórnych źródeł danych w badaniach ruchu turystycznego
8. Podstawowe etapy procesu badawczego; podejście jakościowe i ilościowe w badaniach ruchu turystycznego
9. Zasady konstruowania kwestionariuszy stosowanych w badaniach ilościowych oraz podstawowe rodzaje pytań
10. Podstawowe jednostki przestrzenne w turystyce
11. Digitalowe narzędzia promocji w usługach turystycznych.
12. Trendy w turystyce europejskiej.
13. Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR) w turystyce i hotelarstwie
14. Instrumenty planowania w turystyce i rekreacji na różnych poziomach zarządzania.
15. Plany i strategii rozwoju turystyki w skali krajowej, regionalnej i lokalnej.
16. Innowacyjność w turystyce. Typy innowacji w turystyce i ich przykłady
17. Wpływ turystyki na środowisko przyrodnicze i społeczne, turystyka zrównoważona oraz instrumenty jej wdrażania.
18. Kontakt międzykulturowy. Role społeczne podróżników i turystów oraz konsekwencje kontaktów międzykulturowych.
19. Znaczenie prognozowania w turystyce. Przykłady metod i praktyczne zastosowanie.
20. Zarządzanie marketingowe na rynku usług turystycznych
21. Zarządzanie gościnnością usługową jako proces
22. Elementy modelu gościnności usługowej
23. Funkcje zarządzania w przedsiębiorstwie hotelarskim
24. Zarządzanie jakością w hotelarstwie
25. Znaczenie pojęcia strategii przedsiębiorstwa

26. Istota analizy strategicznej przedsiębiorstwa turystycznego
27. Analiza otoczenia przedsiębiorstwa turystycznego i jej wpływ na zarządzanie
28. Czynniki powstawania międzynarodowych systemów hotelarskich
29. Znaczenie zarządzania jakością w hotelarstwie
30. Rodzaje sieci hotelarskich ze względu na sposoby zarządzania
31. Charakterystyka największych światowych systemów hotelarskich
32. Przemiany przestrzenne, ekonomiczne i społeczne pod wpływem turystyki
33. Typy przestrzeni turystycznej
34. Revenue management w hotelarstwie
35. Jak zastosować benchmarking w zarządzaniu hotelarstwem
36. Rodzaje usług gastronomicznych w hotelu
37. Food & beverage cost w działalności gastronomii hotelowej
38. Rodzaje i funkcje usług dodatkowych w działalności obiektu hotelarskiego
39. Znaczenie innowacji w hotelarstwie
40. Kreowanie wizerunku obiektu hotelarskiego