Zagadnienia do egzaminów magisterskich 2022

Kierunek: Zarządzanie w turystyce i w sporcie

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Obszar tematyczny** | **Zagadnienia** |
| 1 | Etyczny i społeczny kontekst zarządzania | * Odpowiedzialność w kontekście instytucjonalnym, organizacyjnym i społecznym
* Idea koncepcji CSR
* Obszary CSR
* Dylematy etyczne w turystyce i sporcie
* Konflikt wartości w turystyce i sporcie
* Zarządzanie ryzykiem w procesie zrównoważonego rozwoju turystyki i sportu
* Społeczna odpowiedzialność a Public

Relation* Normy i standardy CSR
* Narzędzia wykorzystywane w CSR
* Współczesne dylematy i wyzwania

związane z CSR dla turystyki i sportu* Kształtowanie postaw etycznych w turystyce i sporcie
* Działanie na rzecz socjalizacji zawodowej

promowanie pozytywnych przykładów* Standardy etyczne w kontekście zarządzania biznesem turystycznym i sportowym
* Normy etyczne menagerów organizacji turystycznych i sportowych
* Etyczne wyzwania dla współczesnych przedsiębiorców/ współczesnej

przedsiębiorczości w obszarze sportu i turystyki* Interdyscyplinarność etyki zarządzania
* Narzędzia kształtowania wysokich standardów etycznych w turystyce i sporcie
* Kształtowanie postaw i zachowań

etycznych w biznesie turystycznym i sportowym  |
| 2 | Współczesna myśl w zarządzaniu | * Charakterystyka nowego paradygmatu

zarządzania* Zdolność organizacji turystycznych i sportowych do radzenia sobie z ciągłymi zmianami
* Sieciowość a zarządzanie współczesnymi

organizacjami turystycznymi i sportowymi* Zarządzanie paradoksami
* Przykłady współczesnych koncepcji zarządzania i ich charakterystyka
 |
| 3 | Globalizacja a zarządzanie | * Globalne orientacje i strategie marketingowe
 |
|  |  | * Czynniki wspierające standaryzację i

adaptację globalnego marketingu turystycznego i sportowego* Motywy i bariery międzynarodowej ekspansji

firm * Formy integracji gospodarczej krajów
* Bariery handlowe w wymianie

międzynarodowej towarów i usług* Główne teorie wyjaśniające ekspansję międzynarodową firm
 |
| 4 | Formy międzynarodowej działalności podmiotów turystycznych i sportowych | * Eksport, formy przejściowe oraz formy

hierarchiczne wejścia na rynki zagraniczne* Czynniki wpływające na wybór formy wejścia

na rynki zagraniczne* Wybór rynku zagranicznego ekspansji –

proces i jego determinanty* Rodzaje strategii ekspansji podmiotów turystycznych i sportowych na rynkach zagranicznych
 |
| 5 | Budowanie strategii przedsiębiorstwa turystycznego lub sportowego | * Istota strategii, strategia zamierzona,

wyłaniająca się, realizowana* Strategia przedsiębiorstwa a model biznesu
* Istota i funkcje misji w procesie

kształtowania strategii przedsiębiorstwa* Strategia poziomu funkcjonalnego, biznesu, korporacji – definicja i powiązania między strategiami
* Istota i rola analizy strategicznej w procesie

kształtowania strategii podmiotu sektora turystycznego lub sportowego* Istota i rola analizy interesariuszy w procesie

kształtowania strategii przedsiębiorstwa turystycznego, sportowego* Modele biznesu w sektorze turystycznym
* Modele biznesu w sektorze sportowym
 |
| 6 | Otoczenie organizacji turystycznej lub sportowej | * Istota podziału otoczenia na makro i mikro z punktu widzenia zarządzania organizacją
* Metody analizy makrootoczenia –

zastosowanie i ograniczenia* Metody analizy mikrootoczenia –

zastosowanie i ograniczenia* Istota i kształtowanie relacji

międzyorganizacyjnych – współpraca,konkurencja, koopetycja* Specyfika relacji międzyorganizacyjnych w

przestrzeni cyfrowej |
| 7 | Kierowanie zmianą w organizacji turystycznej lub sportowej | * Ogólne podejścia do kierowania zmianą
* Modele kierowania zmianą
* Koncepcja zmiany otwartej
* Źródła oporu wobec zmian
* Sposoby przezwyciężania oporu wobec

zmian* Znaczenie wizji rozwojowej w kierowaniu

zmianą* Kształtowanie szybkości przebiegu zmiany Wykorzystywanie władzy organizacyjnej w
* kierowaniu zmianą
 |
| 8 | Znaczenie innowacji w rozwoju turystyki i sportu | * Koncepcje przedsiębiorczości i innowacji
* Klasyfikacje, typy i rodzaje innowacji
* Procesy i modele innowacji (liniowy i

interakcyjny; zamknięty i otwarty; modeleSTI, DUI, CCI)* Źródła innowacji w organizacji turystycznej i/lub sportowej i jej otoczeniu
* Czynniki sukcesu innowacyjnych przedsięwzięć w turystyce i sporcie
* Innowacyjność polskich przedsiębiorstw
 |
| 9 | Formy komunikacji interpersonalnej w turystyce i sporcie | * Proces komunikacji interpersonalnej
* Komunikacja formalna i nieformalna
* Komunikacja werbalna i niewerbalna
* Specyfika komunikacji w przestrzeni cyfrowej
* Znaczenie komunikacji w przedsiębiorstwie
* Bariery i wyzwania komunikacji wynikające z globalizacji
 |
| 10 | Zasady zarządzania finansami przedsiębiorstw w sektorze turystycznym lub sportowym | * Istota i miary płynności finansowej przedsiębiorstwa i ich znaczenie w sektorze turystycznym lub sportowym
* Istota i miary rentowności przedsiębiorstwa i ich znaczenie w sektorze turystycznym lub sportowym
* Istota i miary zadłużenia przedsiębiorstwa i ich znaczenie w sektorze turystycznym lub sportowym
* Istota i miary obrotowości przedsiębiorstwa i ich znaczenie w sektorze turystycznym lub sportowym
* Źródła finansowania przedsiębiorstw sportowych i turystycznych
* Sprawozdanie finansowe przedsiębiorstwa

jako podstawowa informacja finansowa |