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; modele  STI, 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 |