

Marketing i sprzedaż

STUDIA I STOPNIA - KIERUNEK

Forma: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Tradycyjne

Cechy: Studia I stopnia licencjackie • Od października • Polski • 6 semestrów

Miasto: Gdynia



Czego się nauczysz?

- Poznasz **strategie marketingowe i techniki analizy rynku**, nauczysz się dopasowywać kampanie do zachowań konsumentów i celów biznesowych marki.
- Opanujesz **narzędzia digital marketingu**, w tym social media, analitykę internetową i AI, by prowadzić skuteczne działania w świecie online.
- Rozwiniiesz **umiejętności sprzedażowe i negocjacyjne**, dzięki którym zbudujesz relacje z klientami i efektywnie zrealizujesz cele zespołu.
- Zgłębisz **budowanie wizerunku marki i działania PR**, by tworzyć komunikaty, które wzmacniają zaufanie i zwiększają rozpoznawalność firmy.
- Nauczysz się **projektować kreatywne kampanie reklamowe**, łącząc myślenie strategiczne z design thinking i nowoczesnymi narzędziami wizualnymi.
- Zdobędziesz wiedzę z zakresu **nowoczesnych technik sprzedaży**, nauczysz się analizować wyniki i stosować metody, które zwiększają konwersję.

Praca dla Ciebie

- Zostaniesz **specjalistą ds. marketingu cyfrowego**, który tworzy kampanie online, analizuje wyniki i buduje obecność marek w digitalowym świecie.
- Możesz pracować jako **key account manager**, rozwijając relacje z kluczowymi klientami i odpowiadając za wyniki sprzedażowe dużych projektów.
- Sprawdzisz się jako **brand manager**, który zarządza wizerunkiem marki, planuje strategię i ogarnia komunikację na każdym etapie ścieżki klienta.
- Znajdziesz pracę jako **social media manager**, który tworzy treści, zarządza kanałami oraz buduje społeczność wokół marki, działając z trendami i algorytmami.
- Zostaniesz **specjalistą ds. e-commerce**, analizując ścieżki zakupowe, optymalizując oferty i zwiększając konwersje w sklepach internetowych.
- Możesz pracować jako **analityk sprzedaży i rynku**, który ogarnia dane, wyciąga wnioski i odpowiada, co realnie napędza wyniki biznesowe.

Program studiów

Praktyczne studia

Uczymy tak, aby jak najlepiej przygotować Cię do rzeczywistych wyzwań, z jakimi spotkasz się w pracy zawodowej.

- **Projekty grupowe** – realne problemy biznesowe.
- **Symulacje** – decyzje w warunkach rynkowych.



- **Staż i praktyki** – doświadczenie w firmach.
- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.
- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.

Wybrane zajęcia kierunkowe i ogólne

- Podstawy ekonomii
- Badania marketingowe
- Projektowanie strategii marketingowych i medialnych
- Etyka w biznesie
- Negocjacje w biznesie
- Socjologia w biznesie
- Podstawy zarządzania
- Zarządzanie zespołem
- Psychologia w marketingu i sprzedaży
- Podstawy prawa w biznesie
- Podstawy metod ilościowych
- Marketing na rynkach międzynarodowych

Wybrane zajęcia specjalnościowe

- Marketing w sieciach społecznościowych
- Kształtowanie instrumentów marketingu
- Reklama w mediach społecznościowych
- Neuromarketing
- Design w social mediach
- Relacje z mediami
- Zarządzanie projektem medialnym - warsztaty
- Organizacja działu sprzedaży
- Zarządzanie sprzedażą i relacjami



- Techniki sprzedaży i pricing
- Zarządzanie zespołem sprzedażowym
- Merchandising
- Budowanie ofert sprzedażowych - warsztaty
- Organizacja i zarządzanie e - biznesem

Nauka języka obcego

Na studiach stacjonarnych:

- 240 godzin nauki jednego języka obcego (60 godzin w semestrze, od 2 do 5 semestru).

Na studiach niestacjonarnych:

- 64 godziny nauki jednego języka obcego w 2 i 3 semestrze.

Możesz wybrać: j. angielski, j. niemiecki, j. hiszpański, j. rosyjski.

Praktyki i staże

Praktyki studenckie to ważny element studiów. Studenci studiów licencjackich oraz jednolitych studiów magisterskich realizują **960 godzin praktyk** (24 tygodnie), zdobywając doświadczenie zawodowe. Jeśli pracujesz w zawodzie zgodnym z kierunkiem studiów, możesz zaliczyć praktyki na podstawie zatrudnienia. W trakcie studiów masz też szansę na płatny staż. Programy stażowe przygotowują pracodawcy, z którymi współpracujemy, dostosowując wymagania do stanowisk, co ułatwia pierwsze kroki zawodowe.

Sposób zaliczenia studiów

Tworzysz w zespole projekt dyplomowy, który rozwiązuje praktyczny lub teoretyczny problem związany z Twoim kierunkiem. Badając literaturę i przeprowadzając własne analizy, pracujesz nad autorską propozycją rozwiązania problemu. Wszystko, czego nauczysz się podczas studiów, pozwala Ci na stworzenie profesjonalnej pracy opartej na realnych danych i działaniach. by uzyskać tytuł licencjata, taki projekt musisz obronić przed komisją. To Ty wyznaczasz kierunek swojego projektu!

Zasady rekrutacji

Aby zostać studentem **studiów I stopnia (licencjackich lub inżynierskich)** na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- ukończyć szkołę średnią,

Stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia (licencjackich lub inżynierskich) i jednolitych magisterskich **możesz skorzystać z Programu Very Important Student (VIS)** i studiować



- zdać maturę i uzyskać świadectwo dojrzałości,
- złożyć komplet wymaganych dokumentów,
- spełnić wymogi wynikające z zasad rekrutacji,
- o przyjęciu decyduje kolejność zgłoszeń oraz kompletność dokumentów.

[Dowiedz się więcej](#)

pierwszy semestr nawet za darmo.

- Możesz otrzymać **te same stypendia, co studenci uczelni publicznych**, w tym naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi.
- **Elastyczny system opłat pozwala Ci wybrać**, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.

[Dowiedz się więcej](#)

Ceny

Dla Kandydatów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	496 zł 570 zł (12 x 496 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 491zł	1 rok	556 zł 630 zł (12 x 556 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 551zł
2 rok	650 zł (12 x 650 zł)	2 rok	630 zł (12 x 630 zł)
3 rok	860 zł (10 x 860 zł)	3 rok	730 zł (10 x 730 zł)
Studia niestacjonarne			
1 rok	496 zł 570 zł (12 x 496 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 491zł	1 rok	556 zł 630 zł (12 x 556 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 551zł
2 rok	650 zł (12 x 650 zł)	2 rok	630 zł (12 x 630 zł)
3 rok	860 zł (10 x 860 zł)	3 rok	730 zł (10 x 730 zł)

Dla naszych absolwentów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	463 zł 570 zł (12 x 463 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 458zł	1 rok	523 zł 630 zł (12 x 523 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 518zł
2 rok	650 zł (12 x 650 zł)	2 rok	630 zł (12 x 630 zł)
3 rok	860 zł (10 x 860 zł)	3 rok	730 zł (10 x 730 zł)
Studia niestacjonarne			
1 rok	463 zł 570 zł (12 x 463 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 458zł	1 rok	523 zł 630 zł (12 x 523 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 518zł
2 rok	650 zł (12 x 650 zł)	2 rok	630 zł (12 x 630 zł)
3 rok	860 zł (10 x 860 zł)	3 rok	730 zł (10 x 730 zł)



Dla kandydatów z zagranicy

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	496 zł 570 zł (12 x 496 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 491zł	1 rok	556 zł 630 zł (12 x 556 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 551zł
2 rok	650 zł (12 x 650 zł)	2 rok	630 zł (12 x 630 zł)
3 rok	860 zł (10 x 860 zł)	3 rok	730 zł (10 x 730 zł)
Studia niestacjonarne			
1 rok	496 zł 570 zł (12 x 496 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 491zł	1 rok	556 zł 630 zł (12 x 556 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 551zł
2 rok	650 zł (12 x 650 zł)	2 rok	630 zł (12 x 630 zł)
3 rok	860 zł (10 x 860 zł)	3 rok	730 zł (10 x 730 zł)

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

Specjalności na kierunku Marketing i sprzedaż

Marketing i social media

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Tradycyjne

Komunikacja wizerunkowa w biznesie

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Tradycyjne

Wykładowcy

mgr Marcin Panek, Menedżer kierunku

- Posiadający bogate doświadczenie w sektorze operacyjnym, usługowym oraz sprzedażowym w dziedzinie hotelarstwa i gastronomii segmentu premium.
- Zajmował kluczowe stanowiska menedżerskie w renomowanych firmach, takich jak: Sheraton Sopot, Grand Hotel, Radisson Blu Gdańsk, Hotel Bayonn, Hotel Rezydent, czy Ritz-Carlton Abama na Teneryfie.
- Współautor książek i artykułów dotyczących stosowania polityki równości, różnorodności i inkluzywności w zespołach pracowniczych.
- Podejmie odpowiedzialne zadania związane z działaniami operacyjnymi, sprzedażą, organizacją,



szkoleniem i rozwojem zespołu, zwiększeniem jakości świadczonych usług oraz optymalizacją pracy.

dr hab. Monika Boguszewicz-Kreft

- Do jej zainteresowań badawczych należą marketing doświadczeń, turystyka medyczna, marketing usług, komunikacja marketingowa oraz zjawisko fake news.
- Swoje kompetencje zdobywała w ramach przedsięwzięć krajowych, jak i zagranicznych (we współpracy z instytucjami naukowym z Niemiec, USA i Wielkiej Brytanii).
- Opublikowała kilkadziesiąt prac naukowych, które stanowią ważny dorobek w jej działalności badawczej i rozwijają dyskusję w obszarze nauk, którymi się zajmuje.
- Zrealizowała kilkadziesiąt szkoleń marketingowych, współpracując z przedsiębiorstwami reprezentującymi różne branże i dostosowując treści do ich potrzeb.

dr Agnieszka Janiak

- Specjalizuje się w komunikacji społecznej - komunikacji w sytuacjach trudnych; komunikacji międzykulturowej w marketingu i negocjacjach; komunikacji sensorycznej - oddziaływaniu na zmysły konsumenta.
- Prowadziła badania na Stanford University, wykladała w John Ernest Foundation w Kalifornii; autorka 10 książek i ponad 30 artykułów; organizatorka cyklicznych interdyscyplinarnych konferencji.
- Stworzyła model tzw. komunikacji sensytywnej - komunikacji w sytuacji trudnej, skrajnej, tragicznej, który w jest wdrażany i stosowany wśród przedstawicieli zawodów pomocowych.
- Prowadzi autorskie szkolenia komunikacyjne dla lekarzy, pielęgniarek, ratowników, nauczycieli, dziennikarzy, policjantów i księży, opracowuje protokoły (np. OPIEKUN) i poradniki komunikacyjne.

dr Katarzyna Sokołowska

- Specjalizuje się w analizie danych, wykorzystując nowoczesne narzędzia i metody do interpretacji wyników oraz wspierania procesów decyzyjnych w biznesie i nauce.
- Doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, specjalizujący się w ekonometrii. Magister matematyki, łączący wiedzę analityczną z praktyką naukową i dydaktyczną.
- Autorka i współautorka 34 artykułów naukowych, w których prezentuje wyniki badań i analizy, łącząc perspektywę teoretyczną z praktycznym zastosowaniem w obszarze swojej specjalizacji.
- Prowadzi przedmioty związane z metodami ilościowymi, koncentrując się na ich praktycznym zastosowaniu w analizie danych, podejmowaniu decyzji oraz rozwiązywaniu problemów biznesowych i naukowych.

dr Mateusz Ziętarski

- Specjalizuje się w bezpieczeństwie międzynarodowym, teorii i strategii, geopolityce, wojnach i konfliktach, bezpieczeństwie informacyjnym, zarządzaniu kryzysowym, komunikacji i nowych technologiach.



- Jest autorem monografii, kilkunastu rozdziałów w monografiach i podręcznikach akademickich oraz licznych artykułów opublikowanych w czasopismach naukowych.
- Jest ekspertem Polskiej Komisji Akredytacyjnej w dyscyplinie nauk o bezpieczeństwie oraz ekspertem i analitykiem w Instytucie Bezpieczeństwa i Rozwoju Międzynarodowego w Warszawie.
- Jest autorem kursów anglojęzycznych przygotowanych dla studentów kierunków bezpieczeństwo, administracja i zarządzanie, wspierających rozwój kompetencji międzynarodowych.

mgr Magdalena Karpińska

- Od wielu lat kieruje działem marketingu i PR Uniwersytetu WSB Merito Gdańsk i Gdynia, gdzie odpowiada za strategiczne planowanie komunikacji (online i offline) oraz koordynację pracy zespołu.
- Specjalizuje się w strategicznym marketingu, komunikacji marek i public relations, ze szczególnym uwzględnieniem zmian wywołanych przez social media oraz ewolucję mediów tradycyjnych i online.
- Prowadzi interaktywne zajęcia, dyskusje i pracę warsztatową, wykorzystując realne przykłady z praktyki zestawiając je z współczesnymi trendami i ich predykcją zastosowań w marketingu.
- Absolwentka kulturoznawstwa na UAM oraz studiów podyplomowych z zakresu e-marketingu, public relations i storytellingu. Z wyróżnieniem ukończyła studia podyplomowe z psychologii w biznesie.