

# Zarządzanie sprzedażą

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

**Forma:** Niestacjonarne

**Sposób realizacji:** Online

**Cechy:** Studia I stopnia licencjackie • Od marca • Polski • 6 semestrów

**Miasto:** Poznań



## Czego się nauczysz?

- Poznasz strategię i techniki sprzedaży w **tradycyjnej formie i e-commerce**, co pozwoli Ci skutecznie zwiększyć wyniki sprzedażowe.
- Opanujesz zasady **zarządzania zespołami sprzedażowymi**, budując efektywne i zmotywowane grupy sprzedażowe.
- Nauczysz się kluczowych technik **psychologii sprzedaży** i wywierania wpływu, zwiększając skuteczność działań handlowych.
- Zdobędziesz wiedzę na temat **aspektów prawnych w handlu**, co ułatwi Ci bezpieczne prowadzenie działalności.
- Dowiesz się, jak projektować i zarządzać platformami **e-sprzedażowymi**, dostosowanymi do wymagań rynku.
- Poznasz sposoby wykorzystania **social media w sprzedaży**, aby docierać do klientów na nowych platformach.

## Praca dla Ciebie

- Jako **dyrektor handlowy**, będziesz zarządzać działem sprzedaży i tworzyć strategię rozwoju firmy.
- Zostaniesz **liderem zespołu sprzedażowego**, motywując i organizując pracę swojej grupy sprzedażowej.
- Obejmiesz rolę **zarządzającego e-sklepem**, odpowiedzialnego za rozwój platformy sprzedaży online.
- Pracując jako **menedżer produktu**, będziesz planować i wdrażać strategię związane z produktami firmy.
- Zostaniesz **doradcą klienta**, dbając o budowanie trwałych relacji z klientami i ich satysfakcję.
- Jako **specjalista ds. sprzedaży**, będziesz aktywnie pozyskiwać klientów i realizować cele sprzedażowe.

## Program

### 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.



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

## Wybrane zajęcia kierunkowe

- Podstawy marketingu
- Podstawy zarządzania
- Podstawy psychologii
- Podstawy prawa
- Podstawy finansów organizacji
- Etyka w biznesie
- Techniki sprzedaży
- Psychologia w marketingu i sprzedaży
- Ekonomia
- Zarządzanie marką
- Zarządzanie ceną i dystrybucją
- Zarządzanie produktem
- Badania marketingowe
- Zachowania konsumentów
- Komunikacja marketingowa
- Planowanie marketingowe
- Komunikacja w biznesie
- Reklama i PR
- Global marketing
- Design thinking

## Wybrane zajęcia specjalnościowe

- Plany sprzedażowe



- Merchandising
- E-commerce
- Social media marketing
- Wywieranie wpływu i psychomanipulacja
- Zarządzanie zespołem sprzedażowym
- Projektowanie i optymalizacja platform e-sprzedażowych
- Aspekty prawne w handlu

## 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.

## 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 inżyniera, taki projekt musisz **obronić przed komisją**. To Ty **wyznaczasz kierunek swojego projektu!**

### Zasady rekrutacji

Studentem studiów I stopnia (licencjackich lub inżynierskich) na Uniwersytecie WSB Merito możesz zostać po ukończeniu szkoły średniej,

### Stypendia i zniżki

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



zdaniu matury i odebraniu świadectwa dojrzałości. O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń oraz złożenie kompletu dokumentów i spełnienie wymogów wynikających z zasad rekrutacji.

[Dowiedz się więcej](#)

pierwszy semestr nawet za darmo.

- Możesz otrzymać te same stypendia, co studenci uczelni publicznych, w tym naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi.
  - Dodatkowo, elastyczny system opłat pozwala Ci wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.
- [Dowiedz się więcej](#)

## Ceny

### Dla Kandydatów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia niestacjonarne			
1 rok	<b>655 zł</b> (12 x 655 zł)	1 rok	<b>755 zł</b> (12 x 755 zł)
2 rok	<b>775 zł</b> (12 x 775 zł)	2 rok	<b>755 zł</b> (12 x 755 zł)
3 rok	<b>1070 zł</b> (10 x 1070 zł)	3 rok	<b>890 zł</b> (10 x 890 zł)

### Dla naszych absolwentów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia niestacjonarne			
1 rok	<b>655 zł</b> (12 x 655 zł)	1 rok	<b>755 zł</b> (12 x 755 zł)
2 rok	<b>775 zł</b> (12 x 775 zł)	2 rok	<b>755 zł</b> (12 x 755 zł)
3 rok	<b>1070 zł</b> (10 x 1070 zł)	3 rok	<b>890 zł</b> (10 x 890 zł)

### Dla kandydatów z zagranicy

Czesne równe	
Studia niestacjonarne	
1 rok	<b>755 zł</b> (12 x 755 zł)
2 rok	<b>755 zł</b> (12 x 755 zł)
3 rok	<b>890 zł</b> (10 x 890 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.



## Wykładowcy

### **dr hab. Jacek Kall**

- Specjalizuje się w zarządzaniu marką, efektywności marketingu oraz komunikacji marketingowej.
- Obok ponad 30-letniej pracy akademickiej, od kilkunastu lat współpracuje na stałe jako konsultant z agencją Brand Design. Kierował też agencją badań rynkowych.
- Autor kilku książek, m.in. „Reklama” i „Silna marka” (PWE) oraz „Brand Metrics” (Routledge), poświęconych tematyce marketingu, budowania marek i oceny ich skuteczności.
- Posiada duże doświadczenie w tworzeniu strategii marketingowych i brandingowych, wspierając marki w budowaniu rozpoznawalności i osiągnięciu przewagi konkurencyjnej.

### **mgr Agnieszka Goncerzewicz**

- Specjalizuje się w kreowaniu i zarządzaniu marką, event marketingu, teoriach wpływu, psychologii perswazji oraz ekonomii i etyce behawioralnej.
- Aktywna marketerka z 15-letnim doświadczeniem; współpracowała z agencjami i klientami, zarządzała 14-osobowym zespołem contentowo-konferencyjnym.
- Zaprojektowała metodycznie studia licencjackie pierwszego stopnia na kierunku marketing i sprzedaż dla UWSB Merito w Poznaniu.
- Biegła w projektowaniu strategii marketingowych oraz komunikacji marketingowej.