

Big data i business intelligence w marketingu i sprzedaży

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

Forma: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowo-weekendowe

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

Miasto: Warszawa



Czego się nauczysz?

- Wykorzystasz **Big Data**, by tworzyć skuteczne kampanie i trafne decyzje marketingowe.
- Poznasz **analitykę predykcyjną**, aby przewidywać trendy i zachowania klientów.
- Będziesz analizować social media i **optymalizować kampanie** w oparciu o dane.
- Opanujesz **wizualizację i storytelling danych**, by prezentować wyniki w angażujący sposób.
- **Zautomatyzujesz marketing** i spersonalizujesz komunikację dzięki AI.
- Nauczysz się **zarządzać danymi** i zapewniać ich najwyższą jakość.

Praca dla Ciebie

- **Specjalista ds. analityki marketingowej** i Big Data w firmach e-commerce.
- **Analityk predykcyjny** w działach sprzedaży i planowania kampanii.
- **Ekspert ds. automatyzacji marketingu** i personalizacji komunikacji.

- **Konsultant ds. strategii omnichannel** i optymalizacji doświadczeń klienta.
- **Data storyteller** - twórca raportów i dashboardów dla kadry zarządzającej.
- **Menedżer projektów opartych na AI** i uczeniu maszynowym w marketingu.

Dlaczego warto?

- Zyskasz kompetencje cenione w **świecie data-driven** marketingu.
- Nauczysz się przewidywać potrzeby klientów i **zwiększać sprzedaż**.
- Opanujesz narzędzia, które ułatwią raportowanie i podejmowanie decyzji.

- Poznasz **strategie omnichannel**, by tworzyć spójne doświadczenia klienta.
- Dowiesz się, jak **personalizować ceny i oferty** w czasie rzeczywistym.



- Przygotujesz się do pracy w nowoczesnym środowisku, łącząc **technologię z biznesem**.

Praca dla Ciebie

Program studiów

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

- Analiza rynku i konkurencji
- Badania marketingowe i statystyka
- Global marketing
- Logistyka marketingowa
- Marketing B2B
- Mikroekonomia
- Negocjacje w biznesie
- Ochrona własności intelektualnej
- Public Relations
- Prawo handlowe
- Przedsiębiorczość i rozwój biznesu
- Psychologia w marketingu
- Reklama i marketing online
- Strategie sprzedaży i marki
- Techniki sprzedaży
- Zarządzanie ceną i dystrybucją



- Zarządzanie organizacją
- Zarządzanie produktem
- Zintegrowane komunikowanie marki

Wybrane zajęcia specjalnościowe

- Wprowadzenie do Big Data w marketingu
- Analityka predykcyjna w sprzedaży
- Zarządzanie danymi i jakość danych
- Data storytelling i wizualizacja danych
- Marketing automation i personalizacja z wykorzystaniem danych
- Social media analytics i eksperymenty marketingowe
- Customer Intelligence i analiza zachowań konsumenckich
- Data-driven pricing i optymalizacja ofert
- Big Data w strategii omnichannel

Nauka języka obcego

Na studiach stacjonarnych:

- 120 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) od 1-4 semestru.

Forma realizacji:

wszystkie zajęcia prowadzone są w formie stacjonarnej z lektorem.

Na studiach niestacjonarnych:

- 120 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) od 1-4 semestru.

Forma realizacji:

- 16 godzin zajęć w sali z lektorem (zjazdy)
- 14 godzin realizowanych w formule e-learningowej

Do wyboru: angielski, niemiecki, hiszpański.

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

M

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!**

Partnerzy kierunku



Zasady rekrutacji

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

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

Stypendia i zniżki

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



[Dowiedz się więcej](#)

Ceny

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

mgr Katarzyna Tatarkiewicz, Menedżer kierunku

- Specjalizuje się w przywództwie, zarządzaniu zespołami, różnorodnością oraz psychologicznymi aspektami rynku pracy.
- Doświadczony ekspert w strategicznym zarządzaniu, prowadzeniu zespołów i talentów, wdrażaniu programów wellbeingowych oraz budowaniu nowoczesnego przywództwa.
- Autorka wielu publikacji i podcastów dotyczących zarządzania strategicznego, pracy zespołowej i budowania nowoczesnego przywództwa.
- Ma wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu zespołami i obszarem HR oraz w planowaniu i wdrażaniu strategii zarządzania talentami.

mgr Anna Domin

- Filozof-Ekspertka w zakresie etycznej komunikacji, ESG i strategii zrównoważonego marketingu. Współtworzy kampanie społeczne i edukacyjne, które inspirują do zmiany. Autorka kampanii #jużwszystkomam.
- Ambasadorka AI, wykładowczyni akademicka, mentorka i autorka treści z pogranicza filozofii, etyki, marketingu i komunikacji. Łączy humanistyczną refleksję z praktyką biznesową.
- Doświadczona strateg komunikacyjna. Pracuje z kancelariami, markami kreatywnymi i przemysłowymi. Łączy wiedzę humanistyczną z praktyką biznesową. Współtwórczyni kolektywu THOSEGIRLS.PL
- Pisze o architekturze, wzornictwie i zrównoważonym projektowaniu dla Architect@Work i Architecture Snob. Współpracuje z mediami i wydarzeniami branżowymi jako autorka i redaktorka.

mgr Agnieszka Nowakowska-Twardowska

- Specjalista marketingu medialnego, komunikacji i PR z dwudziestoletnim doświadczeniem w pracy na rynku produktowym i korporacyjnym, a także dziennikarz.
- Absolwentka Dziennikarstwa na WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego, specjalność Marketing Medialny i Public Relations oraz studiów doktoranckich na WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego.
- Jego zainteresowania naukowe obejmują dziennikarstwo, historię mediów i marketing. Pełni także funkcję opiekuna Koła Naukowego Rozwoju Liderów Biznesu.



- Znajomość rynku marketingu i PR, specjalista w zakresie budowania wizerunku marki, ekspert w obszarze wystąpień publicznych i szkoleń.

dr hab. Hanna Górską-Warsewicz

- Doktor habilitowany nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu specjalizujący się w problematyce zarządzania marką, jej kapitałem, wartością, reputacją, tożsamością i kreowaniem jej wizerunku.
- Jest profesorem uczelni, promotorem czterech prac doktorskich oraz biegłym sądowym w zakresie organizacji i zarządzania (znaki towarowe, marki). Konsultuje strategie i wycenę znaków towarowych.
- Autor 12 monografii w języku polskim i angielskim (PWN, PWE, Wolter Kluwers, Difin, Routledge Taylor & Francis), ponad 300 artykułów, 50 rozdziałów w monografiach, redaktor naukowy 7 monografii.
- Doświadczenie w wycenie znaków towarowych, analizie percepcji marek, produktów, opakowań i logotypów, identyfikacji podróbek znanych marek, identyfikacji praktyk rynkowych wprowadzających w błąd.

mgr Sylwia Kuligowska

- Praktyk public relations i marketingu, rzecznik prasowy. Założycielka i szefowa SCOPE Public Relations - firmy doradczej specjalizującej się w obsłudze PR sektora defence, security, space, Tech, TSL.
- Prelegent, panelista podczas konferencji z obszaru komunikacji i etyki PR. Manager w obszarze komunikacji korporacyjnej i kryzysowej oraz media relations i public affairs.
- Autorka publikacji na temat public relations, główny obszar zainteresowań naukowych stanowi wizerunek polskich służb specjalnych i wojska.
- Absolwentka London School of Public Relations, podyplomowego studium handlu zagranicznego w Szkole Głównej Handlowej oraz studiów podyplomowych zarządzania i marketingu w Akademii Koźmińskiego.

dr Adrianna Trzaskowska-Dmoch

- Specjalizuje się w badaniach nad zastosowaniem nowoczesnych technologii w medycynie osób starszych oraz w przedsiębiorstwach produkcyjnych.
- Autor publikacji w renomowanych czasopismach, specjalizuje się w analizie wyzwań społeczno-gospodarczych i technologicznych, tworząc innowacyjne rozwiązania dla sektora publicznego i biznesu.
- Autor wielokrotnie nagradzany za osiągnięcia naukowe i dydaktyczne, w tym Nagrodą Zespołową II stopnia JM Rektora PW za lata 2018–2019 oraz 2022–2023.
- Biegły w analizie uwarunkowań zrównoważonego rozwoju gospodarki senioralnej oraz we wdrażaniu i ocenie nowoczesnych technologii w przedsiębiorstwach produkcyjnych.



dr Piotr Jermakowicz

- Specjalizuje się w zagadnieniach dotyczących zarządzania zasobami ludzkimi, public relations, negocjacjami i mediacjami.
- Kierował badaniami pt.: Człowiek, praca, organizacja - humanizacja pracy a współczesne trendy w zarządzaniu. Badania ogólnopolskie MNiSW pt.: Efektywność decydowania zespołowego.
- Autor kilkudziesięciu publikacji naukowych, w których prezentuje wyniki badań oraz analizy z obszaru swojej specjalizacji, łącząc perspektywę teoretyczną z praktycznym zastosowaniem.
- Negocjator reprezentujący spółkę z o. o. Business Foundation. Doradca z zakresu zarządzania w Centrum Logistycznym w Łososnej. Kierujący rekrutacją do pracy w uczelniach. Prorektor kierujący BOS.

mgr Paweł Zawadzki

- Specjalizuje się w strategii kreatywnej, komunikacji marek oraz psychologii zachowań konsumentów w kampaniach digital i 360°.
- Posiada 15+ lat doświadczenia jako dyrektor kreatywny i producent, prowadząc projekty dla topowych marek e-commerce, finansowych i logistycznych w EMEA.
- Realizował ogólnopolskie produkcje TV i kreatywne kampanie międzynarodowe, zarządzając interdyscyplinarnymi zespołami i budując widoczność EMEA / CEE.
- Łączy umiejętności storytellingu, leadershipu, data-driven creativity oraz public speaking; wykładowca i twórca branżowych formatów edukacyjnych i podcastowych.

dr Krzysztof Stola

- Specjalizuje się w badaniach dotyczących strategii i modeli biznesowych.
- Właściciel i CEO spółek technologicznych działających w obszarze eCommerce oraz automatyzacji procesów biznesowych.
- -
- Moderator warsztatów Design Thinking

mgr Grzegorz Sikorski

- Specjalizuje się w zarządzaniu sprzedażą, customer experience, motywowaniu zespołów oraz wdrażaniu nowoczesnych narzędzi rozwojowych i standardów obsługi w organizacjach.
- Ponad 25 lat doświadczenia menedżerskiego i projektowego w bankowości. Kierował dużymi zespołami, tworzył modele sprzedaży i obsługi oraz prowadził projekty doradcze i szkoleniowe.
- Autor książki „Sabotaż w dziale obsługi klienta”, współtwórca projektów nagradzanych w rankingach branżowych. Prelegent konferencji sprzedażowych i CX oraz autor artykułów biznesowych.
- Ekspert w zarządzaniu zespołami, motywowaniu, szkoleniach i badaniach jakościowych. Zrealizował ponad 10 000 godzin warsztatów, projektował procesy sprzedaży oraz standardy



obsługi.

mgr Grzegorz Sojka

- Grzegorz Sojka prowadzi badania w psychologii biznesu, ekonomicznej i wpływu AI na te dziedziny. Jego zainteresowania naukowe skupiają się na decyzjach ekonomicznych i innowacjach.
- Rozpoczął karierę w korporacjach, m.in. Samsung R&D i Play, a następnie realizował własne startupy i projekty IT dla klientów, efektywnie tworząc nowe przedsięwzięcia.
- Stworzył od zera startup zatrudniający kilkanaście osób na etacie. Ma dwa exity w projektach wycenianych na wiele milionów złotych.
- Łączy umiejętności programistyczne, zarządzania projektami i badań psychologicznych. Skutecznie wspiera startupy w rozwoju, analizując potrzeby użytkowników.

mgr Łukasz Tejkowski

- Specjalizuję się w sprzedaży, negocjacjach handlowych, marketingu handlowym, B2B i B2C oraz zarządzaniu zespołami. Ukończył Szkołę Trenerów Biznesu w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.
- Jest doświadczonym managerem z ponad 20 letnim doświadczeniem w sprzedaży i marketingu zdobytym w międzynarodowej firmie z branży FMCG oraz w branży budowlanej.
- Współpracował z największymi sieciami handlowymi Polsce począwszy od stanowiska Key Account Managera po stanowisko Szefa Działu Kluczowych Klientów i Dyrektora Sprzedaży w branży budowlanej.
- Jego pasją jest dzielenie się wiedzą i doświadczeniem z innymi ludźmi. Rozwija umiejętności trenerskie jako wykładowca oraz umiejętności liderские jako członek Maxwell Leadership Polska.

mgr Jacek Romański

- Koncentruje się na strategii, marketingu, zwinnym zarządzaniu i modelach biznesowych. Zajmuje się innowacjami, myśleniem systemowym, rozwojem kompetencji liderских oraz psychologią w zarządzaniu.
- Konsultant, trener i wykładowca z doświadczeniem w projektach strategicznych, marketingowych i rozwojowych. Specjalizuje się w strategii, zarządzaniu i rozwoju zespołów.
- Współtwórca modelu zwinności adaptacyjnej. Promotor teorii dezintegracji pozytywnej. Tłumacz książek z zakresu biznesu i rozwoju osobistego.
- Zarządzał marketingiem i projektami rozwojowymi w organizacjach. Konsultant, trener i coach pracujący z firmami w obszarach: strategii, marketingu, procesów i rozwoju kompetencji.

mgr Przemysław Mroczek

- Specjalizuje się w innowacjach cyfrowych, marketingu 5.0/6.0, projektowaniu doświadczeń użytkownika (UX/CX) oraz nowoczesnych technikach reklamy i projektowaniu workflow aplikacji.
- Wykładowca akademicki i współzałożyciel/współpomysłodawca SeniorApp.pl. Od 18 lat działa na



styku technologii, marketingu i HR, rozwijając produkty cyfrowe wspierające seniorów i osoby wykluczone.

- Współautor publikacji Evidence Based HRM i raportów o potrzebach seniorów. Mentor nagradzanych projektów w hackathonach, prelegent Forum Ekonomicznego, autor szkoleń i programów edukacyjnych.
- Z wykształcenia strateg, z natury praktyk. Tworzy kampanie digital (Google, Meta, TikTok), wspiera zespoły w działaniach SEO/SEM i rozwija CX oraz automatyzacje AI w projektach społecznie użytecznych.