

Marketing i sprzedaż

STUDIA II STOPNIA - KIERUNEK

Forma: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowo-weekendowe

Cechy: Studia II stopnia • Od października • Polski • 4 semestry

Miasto: Warszawa



Czego się nauczysz?

- Poznasz **nowoczesne narzędzia marketingowe**, które umożliwią Ci efektywną analizę danych i planowanie strategii promocyjnych.
- Zdobędziesz wiedzę na temat **zarządzania relacjami z klientami**, co pomoże Ci budować trwałe i korzystne więzi biznesowe.
- Opanujesz techniki tworzenia **strategii sprzedażowych**, dostosowanych do dynamicznie zmieniającego się rynku.
- Nauczysz się projektować i wdrażać **kampanie reklamowe**, które skutecznie przyciągną uwagę klientów.
- Zrozumiesz, jak analizować **profile współczesnych konsumentów** oraz przewidywać ich potrzeby i oczekiwania.
- Rozwiniiesz umiejętność pracy zespołowej, zarządzania projektami oraz **kreowania innowacyjnych rozwiązań** marketingowych.

Praca dla Ciebie

- Pracujesz w agencjach reklamowych, tworząc skuteczne **kampanie marketingowe** dla klientów.
- Zajmujesz stanowisko w działach sprzedaży firm, rozwijając **strategiczne relacje biznesowe** z partnerami.
- Znajdujesz zatrudnienie w firmach e-commerce, optymalizując **marketing cyfrowy i sprzedaż online**.
- Działasz w domach mediowych, odpowiadając za **planowanie i zakup mediów reklamowych**.
- Specjalizujesz się w **obsłudze klienta i CRM**, wspierając rozwój relacji z konsumentami w firmach różnej wielkości.
- Pracujesz jako konsultant ds. marketingu i sprzedaży, pomagając firmom osiągać ich **cele strategiczne**.

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.



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

Wybrane zajęcia kierunkowe:

- Business models
- Strategie marketingowe
- Marketing i sprzedaż B2B
- Finanse i księgowość w przedsiębiorstwie usługowym i handlowym
- Projekt semestralny
- Nowoczesne zarządzanie marką
- Marketing społeczny
- Business intelligence
- Nowoczesne techniki reklamy
- Forecasting w marketingu i sprzedaży
- Proseminarium
- Wprowadzenie do specjalności
- Praktyka zawodowa

Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- Analiza i segmentacja rynku
- Product design
- Zarządzanie zespołami sprzedażowymi
- Zachowania nabywcze klientów
- Neuromarketing
- Innowacje cyfrowe w społeczeństwie i przedsiębiorstwie
- Grywalizacja w marketingu i sprzedaży
- Trendy i innowacje technologiczne



- Content marketing
- Marketing 5.0
- Badanie opinii i satysfakcji klienta

Nauka języka obcego

Na studiach stacjonarnych:

- 60 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) 2 semestry

Forma realizacji:

wszystkie zajęcia prowadzone są w formie stacjonarnej z lektorem.

Na studiach niestacjonarnych:

- 60 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) 2 semestry

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 zawodowe to ważny element studiów. **Studenci studiów magisterskich realizują 480 godzin praktyk** w całym toku studiów, 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

Studia II stopnia kończą się **przygotowaniem i obroną pracy magisterskiej**. W trakcie studiów zaliczenia poszczególnych przedmiotów odbywają się na podstawie projektów, prezentacji, egzaminów pisemnych lub ustnych.

Całość ma charakter praktyczny i ukierunkowany na **rozwój kompetencji zawodowych**.

Partnerzy kierunku





Grupa Krotoski



PRODATA
consulting | systeme | services



TUS
30 LAT DZIAŁAŃ NA RZECZ
RÓWNOŚCI SPOŁECZNEJ

Zasady rekrutacji

Aby zostać studentem studiów II stopnia na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- ukończyć studia I stopnia (licencjackie, inżynierskie) lub jednolite studia magisterskie,
- złożyć komplet wymaganych dokumentów,
- spełnić warunki określone w zasadach rekrutacji,
- o przyjęciu decyduje kolejność zgłoszeń oraz kompletność dokumentów.

[Dowiedz się więcej](#)

Stypendia i zniżki

- Możesz otrzymać te same **stypendia**, co studenci uczelni publicznych - w tym stypendia naukowe, sportowe, socjalne.
- Dodatkowo, elastyczny **system opłat** pozwala Ci zdecydować, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.

[Dowiedz się więcej](#)

Ceny

Dla Kandydatów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	598 zł 640-zł (12 x 598 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 640zł	1 rok	688 zł 730-zł (12 x 688 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 730zł
2 rok	970 zł 1020-zł (10 x 970 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 1020zł	2 rok	810 zł 860-zł (10 x 810 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 860zł
Studia niestacjonarne			
1 rok	598 zł 640-zł (12 x 598 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 640zł	1 rok	688 zł 730-zł (12 x 688 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 730zł
2 rok	970 zł 1020-zł (10 x 970 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 1020zł	2 rok	810 zł 860-zł (10 x 810 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 860zł

Dla naszych absolwentów

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa 5/11 między Uniwersytetem WSM Merito we Wrocławiu a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	581 zł 640 zł (12 x 581 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 640zł	1 rok	671 zł 730 zł (12 x 671 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 730zł
2 rok	950 zł 1020 zł (10 x 950 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 1020zł	2 rok	790 zł 860 zł (10 x 790 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 860zł
Studia niestacjonarne			
1 rok	581 zł 640 zł (12 x 581 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 640zł	1 rok	671 zł 730 zł (12 x 671 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 730zł
2 rok	950 zł 1020 zł (10 x 950 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 1020zł	2 rok	790 zł 860 zł (10 x 790 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 860zł

Dla kandydatów z zagranicy

Czesne równe	
Studia stacjonarne	
1 rok	688 zł 730 zł (12 x 688 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 730zł
2 rok	810 zł 860 zł (10 x 810 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 860zł
Studia niestacjonarne	
1 rok	688 zł 730 zł (12 x 688 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 730zł
2 rok	810 zł 860 zł (10 x 810 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 860zł

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

Sprzedaż w innowacyjnym przedsiębiorstwie

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Zarządzanie produktem

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Grywalizacja w marketingu i sprzedaży



Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Marketing w cyfrowej transformacji

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowo-weekendowe

Customer Experience

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowo-weekendowe

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.

dr hab. Hanna Górka-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.

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.

mgr Anna Domin

- Filozof-Ekspertka w zakresie etycznej komunikacji, ESG i strategii zrównoważonego marketingu. Współtworzy kampanie społeczne i edukacyjne, które inspirować 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 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.

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 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 Łososiej. Kierujący rekrutacją do pracy w uczelniach. Prorektor kierujący BOS.

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.