

Customer Experience

STUDIA II STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

Forma: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowo-weekendowe

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

Miasto: Warszawa



Czego się nauczysz?

- Poznasz techniki **pozyskiwania klientów** poprzez działania marketingowe i budowanie relacji.
- Poznasz techniki **budowania lojalności klientów** poprzez budowanie relacji.
- Opanujesz skuteczne i **etyczne techniki sprzedażowe**, które zwiększają wyniki sprzedaży.
- Dowiesz się, jak zarządzać procesami **budowania relacji z klientem**, by zwiększyć jego lojalność.
- Zaznajomisz się z **mapowaniem doświadczeń klienta**, poprawiając efektywność obsługi klienta.
- Zrozumiesz, jak unikać **kryzysów w obsłudze klienta** i skutecznie radzić sobie z sytuacjami kryzysowymi.
- Opanujesz techniki badania poziomu **satysfakcji klientów**, co pomoże dostosować działania biznesowe.

Praca dla Ciebie

- Zatrudniasz się jako **specjalista ds. obsługi klienta**, dbając o najwyższy poziom satysfakcji klientów.
- Pełnisz funkcję **menedżera doświadczenia klienta**, koordynując działania związane z obsługą klienta.
- Pracujesz jako **analityk doświadczenia klienta**, analizując dane i wskazując obszary do poprawy.
- Zostajesz **projektantem doświadczenia klienta**, tworząc innowacyjne rozwiązania poprawiające zadowolenie klientów.
- Działasz jako **kierownik relacji z klientem**, budując trwałe i wartościowe relacje z partnerami biznesowymi.
- Zajmujesz stanowisko **doradcy ds. doświadczenia klienta**, wdrażając usprawnienia w procesach obsługi.

Dodatkowe informacje

Customer Experience łączy **psychologię, komunikację, dane i technologie**. Na studiach nauczysz się patrzeć na markę oczami klienta – co widzi, czego oczekuje i jak reaguje na treści. Poznasz narzędzia, które pozwalają **analizować opinie, monitorować rozmowy w sieci** i szybko reagować na zmiany w otoczeniu marki, w tym komentarze, recenzje i dyskusje użytkowników. Dzięki projektom i ćwiczeniom zdobędziesz **praktyczne umiejętności, które pozwolą Ci od razu wejść do świata CX**.



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
- Nowoczesne zarządzanie marką
- Marketing społeczny
- Business intelligence
- Nowoczesne techniki reklamy
- Forecasting w marketingu i sprzedaży
- Praktyka zawodowa

Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- Customer Experience Leadership
- Customer Journey Intelligence
- Etyka danych w procesie personalizacji
- Projektowanie usług i doskonałość operacyjna



- Omnichannel w Customer Experience
- Wskaźniki pomiaru Customer Experience
- Zarządzanie kryzysowe w Customer Experience

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

Na studiach magisterskich możesz skorzystać z:

- **stypendiów jak na uczelniach publicznych:** naukowych, sportowych, socjalnych oraz **Erasmus+**.
- **50% zniżki** na czesne na drugi kierunek studiów.
- **elastycznego systemu opłat czesnego** z możliwością wyboru liczby rat.
- **zniżki absolwenckiej** – jako nasz absolwent możesz skorzystać z dodatkowych zniżek na kontynuację nauki.

[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 inspirowały 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. Współtworczyła kolektyw 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 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 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.