

Marketing Growth Strategy & Innovation

STUDIA II STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

Forma: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Cechy: Studia II stopnia • Od października • Polski • 3 semestry

Miasto: Wrocław



Czego się nauczysz?

- Nauczysz się **budować i zarządzać wizerunkiem marki, by trafiła do odbiorców**, wyróżniała się na rynku i była spójna z celami oraz wartościami firmy.
- Zdobędziesz **kompetencje do tworzenia skutecznych strategii marketingowych**, które wspierają rozwój firmy, tu i teraz, ale też z myślą o przyszłości.
- Rozwiniesz **umiejętność analizowania rynku i identyfikowania trendów**, by szybciej niż inni wiedzieć, co się zmienia i jak najlepiej na to zareagować.
- Opanujesz **zarządzanie kampaniami wielokanałowymi**, by prowadzić spójne działania w online i offline i być obecnym tam, gdzie jest Twój odbiorca.
- Poznasz **metody planowania działań marketingowych w długim horyzoncie**, które pozwalają podejmować decyzje oparte na danych, nie domysłach.
- Nauczysz się **prowadzić zespoły i zarządzać budżetami, żeby osiągać cele w praktyce**, z harmonogramem, narzędziami i odpowiedzialnością za wynik.

Praca dla Ciebie

- Pracuj jako **Strategic Marketing Manager**, który tworzy długofalowe strategie, analizuje rynek i wyznacza kierunek działań całego zespołu marketingowego.
- Zostań **Brand Managerem**, który buduje wizerunek marki, dba o jej pozycjonowanie i prowadzi komunikację, która wyróżnia firmę na tle konkurencji.
- Rozwijaj się jako **Market Analyst**, który bada trendy, obserwuje konkurencję i dostarcza konkretne dane potrzebne do podejmowania trafnych decyzji.
- Wejdź w rolę **Product Managera**, który zarządza cyklem życia produktów, od pomysłu i planowania, aż po wdrożenie i marketing.
- Pracuj jako **Head of Marketing**, który odpowiada za cały dział marketingu, tworzy strategie, zarządza budżetem i zespołem specjalistów.
- Zostań **Corporate Communication Specialist**, który tworzy spójną komunikację marki, przygotowuje kampanie i odpowiada za wizerunek firmy.

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

Wybrane zajęcia kierunkowe:

- Big data i analiza danych 360
- Branding
- Marketing społeczny i ESG
- Negocjacje
- Planowanie budżetu
- Rachunkowość zarządcza
- Strategie marketingowe na rynkach międzynarodowych
- Zarządzanie kanałem sprzedażowym
- Zarządzanie z wykorzystaniem AI

Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- Marketing wielokanałowy
- Prawo w marketingu
- Strategiczne zarządzanie marketingowe
- Strategie marketingowe usług
- Zarządzanie marką i produktem z elementami socjotechnik
- Zarządzanie projektem marketingowym

Rozwijaj kompetencje językowe

Podczas studiów zrealizujesz przedmiot język obcy na poziomie B2+

Na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych:

- 80 godzin nauki w 2 semestrze



Praktyki i staże

Praktyki studenckie 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 ubiegać się o zaliczenie praktyk na podstawie zatrudnienia.

W trakcie studiów studenci mogą również korzystać z ofert staży, w tym staży płatnych, przygotowywanych przez pracodawców współpracujących z uczelnią. Programy stażowe są dopasowane do konkretnych stanowisk i pomagają w stawianiu pierwszych kroków zawodowych.

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



DIMAQ
student

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 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 równe	
Studia niestacjonarne	
1 rok	671 zł 724 zł (12 x 671 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 724zł
2 rok	782 zł 845 zł (5 x 782 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 845zł

Dla naszych absolwentów

Czesne równe	
Studia niestacjonarne	
1 rok	649 zł 724 zł (12 x 649 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 724zł
2 rok	755 zł 845 zł (5 x 755 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 845zł

Dla kandydatów z zagranicy

Czesne równe	
Studia niestacjonarne	
1 rok	3786 zł 4100 zł (2 x 3786 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 4100zł
2 rok	3630 zł 4100 zł (1 x 3630 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 4100zł

Wykładowcy

mgr Magdalena Murzyn, Menedżer kierunku

- Doradca i konsultant marketingowy, specjalizuje się w marketingu strategicznym, zarządzaniu marketingowym i badaniach marketingowych.
- Od ponad 25 lat związana zawodowo z marketingiem; od 10 lat pracuje jako wykładowczyni akademicka.
- Opiekun Marketingowego Koła Naukowego KIWI, kierownik merytoryczny studiów podyplomowych Digital Marketing Masterclass oraz manager kierunku marketing i sprzedaż.
- Posiada certyfikat DIMAQ Professional; członkini Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu oraz Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.

dr Mateusz Rak

- Zainteresowania naukowe Mateusza Raka koncentrują się wokół marketingu strategicznego, wartości marki, komunikacji zrównoważonego rozwoju (CSR, ESG) oraz kreatywności w reklamie i



wykorzystania AI.

- Marketingowiec strategiczny, który łączy analityczne myślenie z kreatywnym podejściem do rozwiązywania problemów, tworząc skuteczne strategie wspierające rozwój organizacji.
- Członek grup roboczych działających przy ministerstwach, urzędach marszałkowskich, przedsiębiorca tworzący ekspertyzy i doradzający organizacjom głównie działających na rynku B2B.
- Pełnił funkcję Full-Stack Marketing Managera w sektorze B2B, gdzie kierował projektami z zakresu strategii marketingowej, PR-u i komunikacji, wspierając rozwój biznesu i marki.

dr hab. Agnieszka Dejnaka

- Naukowiec, dydaktyk oraz praktyk biznesowy. Prowadzi zajęcia z zakresu analityki biznesowej, innowacji w zarządzaniu i marketingu, nowych technologii marketingowych oraz social mediów i Internetu.
- Praktyk z zakresu marketingu i marketingu elektronicznego. Współpracowała w projektach z zakresu marketingu i e-commerce, współpracując z wieloma firmami polskimi i zagranicznymi.
- Uczestniczyła w kilku pobytach naukowo-badawczych we Franklin University, USA. Posiada tytuł MBA, Franklin University, USA.
- Autorka kilkunastu książek naukowych i branżowych oraz kilkuset artykułów naukowych i branżowych.

dr Agnieszka Gasiulewicz

- Jest pasjonatką nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych, które wykorzystuje do wspierania innowacyjnych rozwiązań oraz rozwoju edukacji i biznesu.
- Ekspert ds. badań marketingowych, trener biznesu. Kierownik wielu projektów badawczych z zakresu badań społecznych i marketingowych.
- Współpracowała z firmami działającymi w różnych sektorach gospodarki doradzając i prowadząc badania w obszarach jakości obsługi klienta, satysfakcji klienta, strategii marketingowej, wizerunku marki.
- Dynamiczny wykładowca z pasją do nauczania i inspirowania studentów. Zaangażowana w tworzenie pozytywnego środowiska uczenia się.

dr Katarzyna Kulig-Moskwa

- Specjalizuje się w zarządzaniu kapitałem ludzkim, zrównoważonym rozwoju, DEI (różnorodność, równość, włączenie), wellbeingu oraz społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).
- Doktor nauk ekonomicznych w dziedzinie zarządzania. Pełnomocniczka rektora ds. zrównoważonego rozwoju na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu. Kierowniczką zespołu dydaktycznego ZDZL.
- Autorka książek: "Wellbeing w organizacji", "Dylematy HR-owców. Redaktorka publikacji naukowych z zakresu HR, Zrównoważonego rozwoju, CSR, DEI i wellbeingu.



- Ponad 20 lat doświadczenia jako wykładowczyni i promotorka na studiach licencjackich, magisterskich, podyplomowych i MBA. Trenerka biznesu specjalizująca się w szkoleniach dla kadry kierowniczej i HR.

dr Joanna Myślińska-Wiepraw

- Doktor nauk ekonomicznych, pracownik badawczo-dydaktyczny Uniwersytetu WSB Merito oraz członek Federacji Naukowej WSB-DSW Merito. Menedżer kierunku Ekonomia.
- Trenerka biznesu, specjalistka z obszaru analizy finansowej oraz zarządzania finansami korporacyjnymi, publicznymi i osobistymi. Autorka licznych publikacji naukowych z zakresu ekonomii i finansów.
- Jej zainteresowania naukowe skupiają się na finansach osobistych, obejmując analizę decyzji finansowych jednostek, zarządzanie budżetem domowym oraz wpływ edukacji finansowej na codzienne wybory.
- Ekspertka medialna Uniwersytetów WSB Merito, aktywnie reprezentuje uczelnię w mediach, dzieląc się wiedzą i doświadczeniem oraz popularyzując tematykę związaną z edukacją i biznesem.

dr Krzysztof Kuźniak

- Specjalizuje się w zarządzaniu marketingowym i strategicznym; w pracy naukowej koncentruje się na wpływie zmienności rynku na efektywność ekonomiczną przedsiębiorstw.
- Doświadczony manager nadzorujący marketing, sprzedaż i planowanie strategiczne; posiada także doświadczenie w zarządzaniu produktami i cenami.
- Autor kilkudziesięciu publikacji naukowych z marketingu i zarządzania; nagradzany przez Rektora UE we Wrocławiu (2010) oraz Rektora WSB we Wrocławiu (2018).
- Opracowuje i wdraża strategie rozwoju, wprowadza nowe produkty, tworzy komunikację marketingową oraz realizuje działania z zakresu digital marketingu.