



Uczelnia WSB MERITO w Warszawie
Wydział Przedsiębiorczości i Innowacji

Program studiów
Dla kierunku
„Marketing i sprzedaż”
Studia II Stopnia

Studia: stacjonarne i niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki 2023/2024

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Marketing i sprzedaż	
Poziom kształcenia	Studia drugiego stopnia	
Profil kształcenia	Praktyczny	
Forma studiów	Stacjonarne i niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	Cztery semestry	
łącna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	120	
łącna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 1531 h	Studia niestacjonarne 1084 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych.	480 h	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2023/2024	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza absolwent zna i rozumie		
MiS_II_W01	w pogłębionym stopniu treści współczesnych doktryn ekonomicznych i teorii zarządzania, posługując się terminologią nauk społecznych	P7S_WG P7S_WK
MiS_II_W02	skutki różnic kulturowych i wynikającą z nich konieczność odpowiedniego doboru, z uwzględnieniem adaptacji, wykorzystanych metod i narzędzi przy planowaniu oraz realizacji akcji marketingowych i sprzedażowych	P7S_WG P7S_WK
MiS_II_W03	metodologię badań naukowych i zasady tworzenia instrumentów analitycznych w zakresie nauk społecznych, z uwzględnieniem aspektów z marketingu i sprzedaży	P7S_WG
MiS_II_W04	pojęcie i znaczenia etyki oraz własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych)	P7S_WK
MiS_II_W05	istotę oraz kierunki rozwoju koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego, a także znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu	P7S_WG P7S_WK
MiS_II_W06	znaczenie pogłębionej analizy danych biznesowych dla prawidłowego funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstwa oraz prognozowania trendów rynkowych	P7S_WG P7S_WK
MiS_II_W07	zasady specjalistycznej rachunkowości, szczególnie w zakresie działalności handlowej i usługowej	P7S_WG
MiS_II_W08	w stopniu pogłębionym zagadnienia z zakresu wiedzy o człowieku i zachowaniach nabywców na rynku krajowym i międzynarodowym	P7S_WG
MiS_II_W09	w pogłębionym stopniu zasady oraz metody tworzenia planów marketingowych, na rynku krajowym i międzynarodowym, a także w budowaniu indywidualnej przedsiębiorczości	P7S_WG
MiS_II_W10	w stopniu pogłębionym metody badań dotyczące działalności z zakresu marketingu i sprzedaży (np. badania rynku i atrybutów marki)	P7S_WG
MiS_II_W11	metody i techniki sprzedaży oraz budowania długookresowych relacji z klientem indywidualnym i biznesowym	P7S_WG
MiS_II_W12	znaczenie w marketingu i sprzedaży nowoczesnych środków komunikacji, w tym również z użyciem odpowiednich narzędzi informatycznych	P7S_WG
Umiejętności absolwent potrafi		
MiS_II_U01	wykorzystać zdobytą wiedzę w podejmowaniu, prowadzeniu i rozwijaniu działalności przedsiębiorstwa, szczególnie w zakresie marketingu i sprzedaży	P7S_UW
MiS_II_U02	dobierać źródła informacji, dokonywać obserwacji, analizy i interpretacji zjawisk oraz wykorzystywać metody	P7S_UW

	i nowoczesne narzędzia w projektowaniu i rozwijaniu procesów w organizacji	
MiS_II_U03	identyfikować i formułować problemy badawcze oraz wykorzystywać nabytą wiedzę w modelowaniu i prognozowaniu przebiegu wybranych procesów rynkowych, opierając się m.in. na nowoczesnych narzędziach analitycznych	P7S_UW
MiS_II_U04	aktywnie uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji oraz oceniać proponowane rozwiązania z zakresu marketingu i sprzedaży	P7S_UW
MiS_II_U05	integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia rozwiązań opartych na nowoczesnych narzędziach komunikacji z rynkiem	P7S_UW
MiS_II_U06	posługiwać się normami i standardami w zarządzaniu procesami w organizacji	P7S_UW
MiS_II_U07	opracować projekty, raporty, sprawozdania, przeglądy na temat zagadnień typowych dla marketingu i sprzedaży, z wykorzystaniem wybranej literatury przedmiotu i innych udokumentowanych źródeł informacji oraz baz danych	P7S_UW
MiS_II_U08	samodzielnie lub w zespole planować i realizować kluczowe działania z zakresu komunikacji rynkowej, prowadzone z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i nowych technologii	P7S_UW P7S_UK
MiS_II_U09	korzystać z podstawowych narzędzi rachunkowości w procesie podejmowania decyzji marketingowych i sprzedażowych	P7S_UW
MiS_II_U10	analizować oraz poddawać ocenie wizerunek przedsiębiorstwa i oferowanych przez niego marek, a także projektować elementy systemu tożsamości organizacji	P7S_UW
MiS_II_U11	określać priorytety, podejmować decyzje oraz oceniać proponowane rozwiązania z zakresu działalności marketingowej i sprzedażowej	P7S_UO
MiS_II_U12	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P7S_UW P7S_UK
MiS_II_U13	komunikować się z klientami indywidualnymi i instytucjonalnymi z wykorzystaniem rozwiniętych umiejętności interpersonalnych oraz nowoczesnych narzędzi, umożliwiających np. prowadzenie debat, dyskusji lub negocjacji handlowych	P7S_UK
MiS_II_U14	posługiwać się językiem obcym, również w zakresie nauk społecznych, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
MiS_II_U15	współpracować w zespole, pełniąc w nim różne funkcje, w tym funkcję kierowniczą	P7S_UO P7S_UK
MiS_II_U16	samodzielnie uczyć się, zdobywać, doskonalić wiedzę i umiejętności zawodowe przez całe życie oraz uwzględniać w swoich działaniach nowe pomysły i rozwiązania	P7S_UU
Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do		

MiS_II_K01	inicjowania i uczestniczenia w przedsięwzięciach społecznych	P7S_KO
MiS_II_K02	kreatywnego działania i współdziałania w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO
MiS_II_K03	postępowania etycznego i okazywania wrażliwości społecznej w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P7S_KR
MiS_II_K04	samodzielnego podejmowania decyzji w sytuacjach kryzysowych (np. konfliktu społecznego) oraz przyjęcia odpowiedzialności za powierzone zadania i cele	P7S_KK
MiS_II_K05	krytycznego myślenia, samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz rozwoju i umiejętności zawodowych i ukierunkowywania innych w tym zakresie	P7S_KK

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności kształcenia dla rocznika 2023/2024

Marketing w cyfrowej transformacji
Sprzedaż w innowacyjnym przedsiębiorstwie
Zarządzanie produktem
Customer experience

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości (wiodąca)	65%
2.	Ekonomia i finanse	20%
3.	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	10%
4.	Informatyka	5%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 60 ECTS/50%
	STUDIA NIESTACJONARNE 40 ECTS/34%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	60 ECTS/50% ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych ☒ w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	47 ECTS/ 39%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20 ECTS

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są obowiązkowe i każdy student jest zobowiązany do ich zaliczenia w trakcie trwania nauki. Na studiach drugiego stopnia praktyki mają wymiar 3 miesiące, tj. 480 godzin, co odpowiada 20 ECTS. Podstawą organizacji praktyk zawodowych jest modułowy program praktyk zawodowych zdefiniowany dla kierunku studiów i specjalności. Za jego zorganizowanie i przebieg odpowiedzialny jest zakładowy opiekun praktykanta, zgodnie z zawartym porozumieniem z uczelnią.

Głównym celem praktyki zawodowej jest nabycie umiejętności praktycznych, uzupełniających i pogłębiających wiedzę uzyskaną przez studenta w toku zajęć dydaktycznych na uczelni, wykształcenie umiejętności i kompetencji społecznych oraz zastosowanie ich w praktyce w przedsiębiorstwach, organizacjach, urzędach oraz innych instytucjach, stanowiących dla studenta potencjalne miejsce pracy.

Miejsca praktyk są dobierane przez uczelnię. Możliwe jest także – na wniosek studenta – odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta, po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni. Efekty uczenia się dla praktyk są weryfikowane przed potwierdzeniem ich zaliczenia.

D) SPOSOBY WERYFIKACJI OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Każdy przedmiot został zdefiniowany na kartach przedmiotów pod kątem efektów uczenia się, treści programowych, w ramach których osiągnany jest dany efekt, oraz metod weryfikacji osiągnięcia przez studentów poszczególnych efektów uczenia się. W ramach każdej z metod weryfikacji nauczyciel akademicki ustala kryteria i sposób oceny czy dany efekt został osiągnięty przez studenta.

Tabela nr 2. Zalecane sposoby weryfikacji efektów uczenia się w obszarach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych zawarte w Wewnętrznym Systemie Zapewniania Jakości Kształcenia Uczelni WSB Merito w Warszawie.

Weryfikacja wiedzy	<ul style="list-style-type: none">✓ Egzamin pisemny: test, dłuższa wypowiedź pisemna✓ Egzamin ustny✓ Praca zaliczeniowa (kolokwium, interpretacja tekstu źródłowego, opis przypadku, esej, zadanie problemowe itp.)
Weryfikacja umiejętności	<ul style="list-style-type: none">✓ Ocena wykonania zadania, pokazu lub symulacji✓ Ocena realizacji i prezentacji projektu✓ Obserwacja studentów w trakcie wykonywania zadań
Weryfikacja kompetencji społecznych	<ul style="list-style-type: none">✓ Prezentacja projektu✓ Obserwacja studenta w trakcie wykonywania zadań✓ Autoprezentacja dokonywana przez studenta✓ Ocena umiejętności pracy w grupie✓ Ocena wykonania ćwiczenia warsztatowego✓ Ocena stopnia zaangażowania studenta w działania na rzecz środowiska zewnętrznego

W przypadku praktyk zawodowych weryfikacja osiągnięcia efektów uczenia się będzie realizowana na podstawie dziennika praktyk.

Szczególnym elementem w systemie pomiaru efektów uczenia się osiągniętych przez studentów jest seminarium dyplomowe i praca dyplomowa o charakterze praktycznym oraz jej obrona. Na podstawie udziału studentów w seminarium trwającym dwa semestry oraz opracowania pracy dyplomowej według standardów przyjętych przez uczelnię, jej pozytywnej oceny przez promotora i recenzenta i obrony pracy dyplomowej na egzaminie dyplomowym dokonywany jest bowiem pomiar szerokiego spectrum efektów z obszaru wiedzy i umiejętności kierunkowych oraz kompetencji społecznych absolwentów Uczelni WSB Merito w Warszawie. Pomiar ten dokonywany jest według jednolitych zasad i kryteriów.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

STUDIA II STOPNIA KIERUNEK MARKETING I SPRZEDAŻ

LP	SEM	Nazwa przedmiotu	MOD		STUDIA STACJONARNE					GODZ	STUDIA NIESTACJONARNE					GODZ	ECTS					SUM
					W	K	Ćw.	P	E-L		W	K	Ćw.	P	E-L		W	K	Ćw.	P	E-L	
1.	1.	Studiowanie w WSB Merito 2	O	Zbo	3		3		2	8	3		3		2	8	0,5		0,5			1
2.	1.	Kompetencje przyszłości 2	O	Zbo		10				10					6	6		1				1
3.	1.	Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu 2	O	Z		16				16		10				10		2				2
4.	1.	Ochrona własności przemysłowej i prawa autorskiego	O	Zbo					8	8					8	8					1	1
5.	1.	Zarządzanie projektami	O	Z			28			28			14			14			3			3
6.	1.	Wyzwania przyszłości 2 – do wyboru	O	Z	14					14	7					7	1					1
7.	1.	Business models	K	E/Z	28		14			42	14		7			21	2		1			3
8.	1.	Strategie marketingowe	K	E/Z	28		14			42	14		7			21	2		1			3
9.	1.	Marketing i sprzedaż B2B	K	E/Z	14		28			42	7		14			21	1		2			3
10.	1.	Finanse i księgowość w przedsiębiorstwie usługowym i handlowym	K	E/Z	28		14			42	14		7			21	2		1			3
11.	1.	Projekt semestralny 2	K	Z					21					12		12				5		5
12.	1.	Wykład do wyboru 2 (humanistyczny)	O	Z	10					10	7					7	1					1
13.	1.	BHP	O	Zbo					4	4					4	4					0	0
14.	1.	Język obcy	O	Z			30			30			14		16	30			2		1	3
Razem					125	26	131	21	14	317	66	10	66	12	36	190	9,5	3	10,5	5	2	30
1.	2.	Kierowanie zespołem	O	Z			24			24			12			12			3			3
2.	2.	Innowacyjna przedsiębiorczość	O	Z			24			24			12			12			3			3
3.	2.	Wyzwania przyszłości 2 – do wyboru	O	Z	15					15	8					8	1					1
4.	2.	Nowoczesne zarządzanie marką	K	Z			30			30			16			16			2			2
5.	2.	Marketing społeczny	K	Z			30			30			16			16			2			2
6.	2.	Business intelligence	K	E/Z	15		30			45	8		16			24	1		2			3

7.	2.	Nowoczesne techniki reklamy	K	Z			30			30			16			16			2			2
8.	2.	Forecasting w marketingu i sprzedaży	K	E/Z	15		30			45	8		16			24	1		2			3
9.	2.	Projekt semestralny 2	K	Z				20		20				12		12				5		5
10.	2.	Wykład do wyboru 2 w j. obcym (humanistyczny)	O	Z	10					10					8	8	1				1n	1
11.	2.	Proseminarium	K	Zbo			8		10	18			6		10	16			1		1	2
12.	2.	Język obcy	O	E			30			30			16		14	30			2		1	3
13.	2.	Wprowadzenie do specjalności 2	K	Zbo					1	1					1	1					0	0
Razem					55	0	236	20	11	322	24	0	126	12	33	195	4	0	19	5	2	30
1.	3.	Wyzwania przyszłości 2 – do wyboru	O	Z	15					15	8				8	1						1
2.	3.	Zajęcia specjalnościowe	S	E/Z	30		15			45	16		8			24	2		1			3
3.	3.	Zajęcia specjalnościowe	S	E/Z	15		30			45	8		16			24	1		2			3
4.	3.	Zajęcia specjalnościowe	S	E/Z	15		30			45	8		16			24	1		2			3
5.	3.	Projekt semestralny międzykierunkowy 2	S	Z				20		20				12		12					5	5
6.	3.	Seminarium dyplomowe	S	Zbo			20			20			12			12			5			5
7.	3.	Praktyka zawodowa	K	Zbo			240			240			240			240			10			10
Razem					75	0	335	20	0	430	40	0	292	12	0	344	5	0	20	5	0	30
1.	4.	Zrównoważone przywództwo	O	Z			20			20			12			12			2			2
2.	4.	Wyzwania przyszłości 2 – do wyboru	O	Z	14					14	7				7	1						1
3.	4.	Zajęcia specjalnościowe	S	E/Z	14		28			42	7		14			21	1		2			3
4.	4.	Zajęcia specjalnościowe	S	E/Z	14		28			42	7		14			21	1		2			3
5.	4.	Zajęcia specjalnościowe	S	E/Z	14		28			42	7		14			21	1		2			3
6.	4.	Zajęcia specjalnościowe	S	E/Z	14		28			42	7		14			21	1		2			3
7.	4.	Seminarium dyplomowe	S	Zbo			20			20			12			12			5			5
8.	4.	Praktyka zawodowa	K	Zbo			240			240			240			240			10			10
Razem					70	0	392	0	0	462	35	0	320	0	0	355	5	0	25	0	0	30
Suma					325	26	1094	61	25	1531	165	10	804	36	69	1084	23,5	3,0	74,5	15,0	4,0	120,0