



Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu  
Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

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

Studia: stacjonarne/niestacjonarne  
(wskazać formę lub formy studiów)

Profil: praktyczny  
(ogólnoakademicki / praktyczny)

Rok akademicki 2025/2026

# I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

|                                                                                                                    |                                    |                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>nazwa kierunku studiów</b>                                                                                      | <b>MARKETING I SPRZEDAŻ</b>        |                                       |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>(studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie) | <b>Studia pierwszego stopnia</b>   |                                       |
| <b>Profil kształcenia</b>                                                                                          | praktyczny                         |                                       |
| <b>Forma studiów</b><br>stacjonarne/niestacjonarne                                                                 | stacjonarne/niestacjonarne         |                                       |
| <b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>                                                                         | 6                                  |                                       |
| <b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>                                                         | 180                                |                                       |
| <b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>                                                          | <b>Studia stacjonarne</b><br>3 022 | <b>Studia niestacjonarne</b><br>2 389 |
| <b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>                                                                         | licencjat                          |                                       |
| <b>Wymiar praktyk zawodowych.</b>                                                                                  | 960 godzin                         |                                       |
| <b>Język prowadzenia studiów</b>                                                                                   | polski                             |                                       |
| <b>Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>                                                                           | 2025                               |                                       |

## II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

| symbol efektu                            | opis efektów uczenia się dla absolwenta studiów I stopnia na kierunku MARKETING I SPRZEDAŻ                                                                                                                         | kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie VI |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>WIEDZA</b><br>absolwent zna i rozumie |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                   |
| MiS_I_W01                                | w zaawansowanym stopniu relacje i zależności zachodzące między organizacjami, podmiotami działającymi na rynku i instytucjami prowadzącymi działania marketingowe i sprzedażowe.                                   | P6S_WK                                                                            |
| MiS_I_W02                                | zagadnienia związane z typowymi instytucjami społecznymi (prawnymi, ekonomicznymi, politycznymi, kulturowymi) i ich wpływem na funkcjonowanie organizacji i prowadzenie działalności marketingowej i sprzedażowej. | P6S_WG                                                                            |
| MiS_I_W03                                | specyfikę przedmiotową nauk społecznych w stopniu pozwalającym tę wiedzę stosować w działalności biznesowej.                                                                                                       | P6S_WG, P6S_WK                                                                    |
| MiS_I_W04                                | w stopniu podstawowym prawne uwarunkowania dotyczące odpowiedzialności za ochronę własności intelektualnej oraz praw autorskich.                                                                                   | P6S_WK                                                                            |
| MiS_I_W05                                | współczesne technologie informacyjne i komunikacyjne używane tak w życiu społecznym, jak i zawodowym.                                                                                                              | P6S_WK                                                                            |
| MiS_I_W06                                | zagadnienia z zakresu wiedzy o człowieku i zachowaniach nabywców na rynku jako kluczowych elementach organizacji i życia gospodarczego.                                                                            | P6S_WG                                                                            |
| MiS_I_W07                                | pojęcie kultury organizacyjnej i jej wpływ na sprawność działalności zespołowej i indywidualnej.                                                                                                                   | P6S_WG, P6S_WK                                                                    |
| MiS_I_W08                                | zaawansowane narzędzia komunikacji organizacji z rynkiem, szczególnie w zakresie marketingu i sprzedaży.                                                                                                           | P6S_WG                                                                            |
| MiS_I_W09                                | najważniejsze aspekty współczesnego życia gospodarczego, w tym zasady i uwarunkowania (np. finansowe) leżące u podstaw prowadzenia działalności biznesowej.                                                        | P6S_WK                                                                            |
| MiS_I_W10                                | w zaawansowanym stopniu narzędzia i techniki budowania, koordynowania oraz efektywnego podtrzymywania relacji pomiędzy podmiotami rynkowymi.                                                                       | P6S_WG                                                                            |
| MiS_I_W11                                | zagadnienia z zakresu psychologii i socjologii oraz ich wpływ na zachowania nabywców na rynku.                                                                                                                     | P6S_WK                                                                            |
| MiS_I_W12                                | w zaawansowanym stopniu metody badań rynkowych w poszczególnych obszarach działalności marketingowej przedsiębiorstwa, w szczególności badań klienta, produktu i jego jakości, komunikacji z otoczeniem.           | P6S_WG                                                                            |
| MiS_I_W13                                | zasady organizacji i działania poszczególnych obszarów marketingu i sprzedaży, ich specyfikę oraz zależności zachodzące między nimi, ze szczególnym uwzględnieniem działalności rynkowej przedsiębiorstw.          | P6S_WK                                                                            |
| MiS_I_W14                                | procedury pozwalające diagnozować i rozwiązywać problemy funkcjonowania organizacji, powstające w poszczególnych obszarach jej działania, w tym w obszarze procesów marketingowych i sprzedażowych.                | P6S_WG, P6S_WK                                                                    |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                  |                |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| MiS_I_W15                                 | metody i techniki sprzedaży oraz budowania długookresowych relacji z klientem.                                                                                                                                                   | P6S_WG         |
| MiS_I_W16                                 | zasady oraz metody tworzenia planów marketingowych.                                                                                                                                                                              | P6S_WG         |
| <b>UMIEJĘTNOŚCI<br/>absolwent potrafi</b> |                                                                                                                                                                                                                                  |                |
| MiS_I_U01                                 | samodzielnie wyszukiwać, analizować, oceniać, wybierać i wykorzystywać informacje z szerokiego spektrum źródeł pisanych, w tym źródeł elektronicznych.                                                                           | P6S_UW         |
| MiS_I_U02                                 | trafnie wybierać metody i procedury w celu wykonania praktycznych zadań, w szczególności tych związanych z planowaniem działalności marketingowej i sprzedażowej.                                                                | P6S_UW         |
| MiS_I_U03                                 | dobierać, wykorzystywać oraz dokonać oceny skuteczności metod, technik i narzędzi służących do badania, opisu i praktycznej analizy stanu oraz kierunku zmian otoczenia rynkowego organizacji.                                   | P6S_UW         |
| MiS_I_U04                                 | uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań z zakresu działalności marketingowej i sprzedażowej.                                                                | P6S_UO         |
| MiS_I_U05                                 | posługiwać się technologiami informacyjnymi w celu gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych.                                                                                                                             | P6S_UW         |
| MiS_I_U06                                 | diagnozować i rozwiązywać problemy związane z klasycznymi instrumentami marketingu i sprzedaży: produktem, ceną, dystrybucją, promocją i personelem.                                                                             | P6S_UW         |
| MiS_I_U07                                 | prawidłowo posługiwać się normami i standardami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi, jakościowymi i in.) w procesach marketingu i sprzedaży, w szczególności w obszarze komunikacji z otoczeniem oraz budowania relacji z klientem. | P6S_UW         |
| MiS_I_U08                                 | planować, uczestniczyć w debacie i realizować działania z zakresu komunikacji rynkowej prowadzone z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i nowych technologii                                                                  | P6S_UW P6S_UK  |
| MiS_I_U09                                 | analizować oraz poddawać ocenie wizerunek przedsiębiorstwa i oferowanych przez niego marek, a także projektować elementy systemu tożsamości organizacji.                                                                         | P6S_UW         |
| MiS_I_U10                                 | posługiwać się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją, szczególnie działającą w marketingu i sprzedaży.                                                                                                        | P6S_UW         |
| MiS_I_U11                                 | komunikować się w języku obcym na poziomie B2 według Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.                                                                                                                         | P6S_UK         |
| MiS_I_U12                                 | organizować praktyczne działania organizacji, w szczególności dotyczące marketingu, handlu i negocjacji, z wykorzystaniem różnorodnych norm i reguł oraz standardowych metod i narzędzi.                                         | P6S_UO         |
| MiS_I_U13                                 | wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk gospodarczych przy podejmowaniu decyzji marketingowych i sprzedażowych.                                                     | P6S_UW P6S_UO  |
| MiS_I_U14                                 | analizować i oceniać przebieg zjawisk i procesów gospodarczych oraz przewidywać ich skutki.                                                                                                                                      | P6S_UW         |
| MiS_I_U15                                 | wydać pracę w zespole i przyjmować w nim różne role wykazując się posiadaniem zdolności organizacyjnych.                                                                                                                         | P6S_UO         |
| MiS_I_U16                                 | umiejętnie organizować pracę własną i trafnie ustalać priorytety na drodze do wytyczonego celu zawodowego.                                                                                                                       | P6S_UO, P6S_UU |

|                                                                |                                                                                                                                                                    |                |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| MiS_I_U17                                                      | samodzielnie planować swój rozwój i organizować swoje kształcenie się przez całe życie.                                                                            | P6S_UU         |
| MiS_I_U18                                                      | formułować problemy badawcze, dobierać metody i narzędzia ich rozwiązywania z wykorzystaniem wiedzy z dyscyplin nauki właściwych dla kierunku studiów.             | P6S_UW         |
| <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b><br><b>absolwent jest gotów do</b> |                                                                                                                                                                    |                |
| MiS_I_K01                                                      | dostrzeżenia ograniczonego zakresu własnej wiedzy i umiejętności oraz rozpoznawania potrzeby ciągłego uczenia się i stałego podnoszenia kompetencji zawodowych.    | P6S_KK         |
| MiS_I_K02                                                      | świadomego, etycznego realizowania działań na polu zawodowym, w tym wykonywania działalności biznesowej.                                                           | P6S_KO, P6S_KR |
| MiS_I_K03                                                      | działania w sposób przedsiębiorczy.                                                                                                                                | P6S_KO         |
| MiS_I_K04                                                      | aktywnego i otwartego podchodzenia do działań handlowych oraz dbania o zadowolenie klienta i wizerunek przedsiębiorstwa.                                           | P6S_KO P6S_KR  |
| MiS_I_K05                                                      | prawidłowej identyfikacji i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu, ze szczególnym naciskiem na działalność związaną z marketingiem i sprzedażą. | P6S_KO, P6S_KR |
| MiS_I_K06                                                      | brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania.                                                                                                                 | P6S_KR         |
| MiS_I_K07                                                      | czynnego uczestnictwa w przygotowaniu projektów społecznych i gospodarczych, uwzględniając ich aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne.                           | P6S_KO         |

### **III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALÉŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIĄJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW**

#### **A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALÉŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA**

| SYMBOL EFEKTU                                   | MIS_W01 | MIS_W02 | MIS_W03 | MIS_W04 | MIS_W05 | MIS_W06 | MIS_W07 | MIS_W08 | MIS_W09 | MIS_W10 | MIS_W11 | MIS_W12 | MIS_W13 | MIS_W14 | MIS_W15 | MIS_W16 | MIS_U01 | MIS_U02 | MIS_U03 | MIS_U04 | MIS_U05 | MIS_U06 | MIS_U07 | MIS_U08 | MIS_U09 | MIS_U10 | MIS_U11 | MIS_U12 | MIS_U13 | MIS_U14 | MIS_U15 | MIS_U16 | MIS_U17 | MIS_U18 | MIS_K01 | MIS_K02 | MIS_K03 | MIS_K04 | MIS_K05 | MIS_K06 | MIS_K07 |   |   |   |
|-------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---|---|---|
| PRZEDMIOT                                       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |   |   |   |
| Podstawy marketingu                             |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |   |   |   |
| Elementy socjologii                             |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |   | x |   |
| Podstawy komunikacji                            |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x |   |   |
| Podstawy psychologii                            |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       | x |   |   |
| Technologia informacyjna                        |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x       |   |   |   |
| Podstawy prawa                                  |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x |   |   |
| Podstawy zarządzania                            |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |   |   |   |
| Podstawy ekonomii                               | x       | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |   | x |   |
| Zarządzanie marką                               |         |         |         | x       | x       | x       |         | x       |         | x       | x       | x       |         |         | x       |         |         | x       | x       | x       | x       | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x       | x |   |   |
| Środki i techniki sprzedaży                     |         |         |         | x       | x       | x       |         | x       |         | x       | x       | x       |         |         | x       |         |         | x       | x       | x       | x       | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x       | x |   |   |
| Negocjacje i komunikacja społeczna              |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |   |   |   |
| Komunikacja marketingowa                        |         |         |         | x       | x       | x       |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |   | x |   |
| Zachowania konsumentów                          |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |   | x |   |
| Wyzwania rynku pracy                            |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |   |   |   |
| Metodyka projektu dyplomowego                   |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x |   |   |
| Nauka o organizacji                             | x       | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       | x       | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x |   |   |
| Metody efektywnego uczenia się                  |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |   | x |   |
| Nowoczesne technologie w marketingu i sprzedaży |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |   |   |   |
| Podstawy finansów                               |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |   |   |   |
| Psychologia marketingu i sprzedaży              |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x |   |   |
| Zarządzanie jakością                            |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x | x |   |
| Zarządzanie projektami                          |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |   |   |   |
| Badania marketingowe                            |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       |   |   |   |
| Reklama i PR                                    |         | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |   |   |   |
| Język obcy                                      |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |   |   |   |
| Ochrona własności intelektualnej                | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |   |   | x |
| Cultural Differences                            |         |         |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |   |   |   |
| Design Thinking                                 | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |   | x |   |
| Etyka w biznesie                                | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |   |   |   |
| Zarządzanie ceną i dystrybucją                  |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |   |   |   |
| Statystyka i elementy badań operacyjnych        |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |   |   |   |
| BHP                                             |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |   |   | x |
| Praktyka zawodowa                               |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         | x       |         | x       | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       | x       | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         | x | x |   |
| Seminarium dyplomowe                            |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         | x       | x       | x       |         |         |         |   |   |   |

| SYMBOL EFEKTU                                                     | MIS_W01 | MIS_W02 | MIS_W03 | MIS_W04 | MIS_W05 | MIS_W06 | MIS_W07 | MIS_W08 | MIS_W09 | MIS_W10 | MIS_W11 | MIS_W12 | MIS_W13 | MIS_W14 | MIS_W15 | MIS_W16 | MIS_U01 | MIS_U02 | MIS_U03 | MIS_U04 | MIS_U05 | MIS_U06 | MIS_U07 | MIS_U08 | MIS_U09 | MIS_U10 | MIS_U11 | MIS_U12 | MIS_U13 | MIS_U14 | MIS_U15 | MIS_U16 | MIS_U17 | MIS_U18 | MIS_K01 | MIS_K02 | MIS_K03 | MIS_K04 | MIS_K05 | MIS_K06 | MIS_K07 |   |   |
|-------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---|---|
| PRZEDMIOT                                                         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |   |   |
| Mechanizm rynków finansowych                                      | x       | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |   |   |
| Wywieranie wpływu i psychomanipulacje                             |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         | x       |         |   |   |
| Sprzedaż w mediach społecznościowych                              |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |   |   |
| Zarządzanie sektorem usług                                        | x       | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |   |   |
| Merchandising                                                     |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x |   |
| Plan sprzedażowy                                                  | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |   |   |
| Środki i techniki reklamy                                         |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         | x       | x       | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         |   |   |
| Psychologia reklamy i konsumenta                                  |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |   |   |
| Public relations                                                  |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x |   |
| Teoria i praktyka podejmowania decyzji                            |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |   |   |
| Psychologia i socjologia w e-marketingu                           |         |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x |   |
| Prawo autorskie i etyka w e-marketingu                            |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |   |   |
| Budowanie własnej marki w sieci                                   |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       |         |   |   |
| Sztuczna inteligencja w e-marketingu                              |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x |   |
| E - marketing i PR                                                | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x       |   |   |
| Tworzenie i obsługa witryn internetowych (Word Press)             |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |   |   |
| Content marketing                                                 | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         | x       | x |   |
| Zarządzanie social mediami                                        |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |   |   |
| E-commerce i strategię sprzedaży                                  |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |   | x |
| Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)                    |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |   |   |
| Strategia w content marketing                                     | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       |   |   |
| Psychologia social media                                          |         | x       |         |         | x       | x       | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x |   |
| CM jako narzędzie budowania marki                                 | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |   |   |
| Tworzenie i obsługa witryn internetowych (Word Press)/            |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x       |   |   |
| Prawo autorskie i etyka w content marketing                       |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |   |   |
| Tworzenie treści multimedialnych                                  | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       | x       |   |   |
| Copywriting i storytelling                                        | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |   |   |
| Sztuczna inteligencja w marketingu                                |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x |   |
| Zarządzanie i obsługa social media oraz odpowiedzialne blogowanie |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x |   |
| Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)                    |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x       |   |   |

| SYMBOL EFEKTU                                                         | MIS_W01 | MIS_W02 | MIS_W03 | MIS_W04 | MIS_W05 | MIS_W06 | MIS_W07 | MIS_W08 | MIS_W09 | MIS_W10 | MIS_W11 | MIS_W12 | MIS_W13 | MIS_W14 | MIS_W15 | MIS_W16 | MIS_U01 | MIS_U02 | MIS_U03 | MIS_U04 | MIS_U05 | MIS_U06 | MIS_U07 | MIS_U08 | MIS_U09 | MIS_U10 | MIS_U11 | MIS_U12 | MIS_U13 | MIS_U14 | MIS_U15 | MIS_U16 | MIS_U17 | MIS_U18 | MIS_K01 | MIS_K02 | MIS_K03 | MIS_K04 | MIS_K05 | MIS_K06 | MIS_K07 |   |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---|
| PRZEDMIOT                                                             |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |   |
| Klient w sieci - Zarządzanie wizerunkiem i współpraca z klientem      |         |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         | x       |   |
| Modele biznesowe                                                      | x       | x       | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |   |
| Analityka internetowa i planowanie kampanii w internecie              |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |   |
| Media konwergentne                                                    |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       | x       | x       | x       | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       | x       |         |         |         |   |
| Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)                        |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       | x       |         | x       |         |   |
| Budowa e-sklepu                                                       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |   |
| E-commerce                                                            | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         | x       | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |   |
| E-mail marketing                                                      |         |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         | x       |         |         |   |
| Media społecznościowe w zarządzaniu e-commerce                        | x       |         |         | x       | x       | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       | x       |         | x       |   |
| Aspekty prawne e-commerce                                             |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x       |         | x       |   |
| Marka korporacyjna                                                    | x       |         | x       | x       | x       |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |   |
| Marka osobista                                                        |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |   |
| Marka w social mediach                                                |         |         | x       |         |         | x       |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         | x       | x       |         | x       |         |   |
| Zarządzanie produktem                                                 | x       | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x |
| Strategia komunikacji marki                                           | x       |         | x       | x       |         | x       | x       | x       |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |   |
| Employer Branding                                                     | x       |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       |         | x       |         |         | x       | x       |         |         | x       |   |
| Strategie brandingowe                                                 | x       |         | x       | x       |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x |
| Marketing dóbr luksusowych                                            |         |         | x       | x       | x       |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         | x       | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       | x       |         |         |   |
| Storytelling i copywriting                                            |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |   |
| Tożsamość i wizerunek marki                                           | x       |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       | x       |         | x |
| Event marketing                                                       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       | x       |         | x |
| Customer Experience w budowaniu marki                                 |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |   |
| Kreowanie doświadczeń w e-commerce                                    | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         | x       | x       | x       |         |   |
| Customer Experience w mediach społecznościowych                       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       |   |
| Społeczne i humanistyczne tendencje w marketingu                      | x       |         | x       |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |   |
| Klient i jego rola w biznesie                                         | x       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |   |
| Strategie zarządzania doświadczeniami klientów                        | x       |         |         |         | x       | x       | x       |         |         | x       | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         | x       | x       | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |   |
| Kanały komunikacji w marketingu doświadczeń                           |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       |         | x       |         | x       |         |         |         |         |         |         |         |         |         | x       |         |         | x       | x       |         |         | x |
| Customer Experience produktów niematerialnych i produktów społecznych |         |         | x       |         | x       | x       |         | x       |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         | x       | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       | x       |         |         |         | x       |         | x       |   |
| Marketing sensoryczny                                                 |         |         |         |         | x       | x       |         |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         | x       |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       |         |         |         | x       |         |         |         |         |         |         | x       | x |

| SYMBOL EFEKTU                                                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |  |  |
|--------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--|--|
| PRZEDMIOT                                                    | MiS_W01 | MiS_W02 | MiS_W03 | MiS_W04 | MiS_W05 | MiS_W06 | MiS_W07 | MiS_W08 | MiS_W09 | MiS_W10 | MiS_W11 | MiS_W12 | MiS_W13 | MiS_W14 | MiS_W15 | MiS_W16 | MiS_U01 | MiS_U02 | MiS_U03 | MiS_U04 | MiS_U05 | MiS_U06 | MiS_U07 | MiS_U08 | MiS_U09 | MiS_U10 | MiS_U11 | MiS_U12 | MiS_U13 | MiS_U14 | MiS_U15 | MiS_U16 | MiS_U17 | MiS_U18 | MiS_K01 | MiS_K02 | MiS_K03 | MiS_K04 | MiS_K05 | MiS_K06 | MiS_K07 |  |  |
| Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w biznesie            |         |         |         |         | X       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         |         | X       | X       | X       |         |         |         |         |  |  |
| Analiza danych                                               |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         | X       |         |         |         | X       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       |         |         | X       |         |         |         |         |  |  |
| Sztuczna inteligencja w marketingu                           |         |         |         |         | X       |         |         | X       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         |         |         |         | X       | X       |         |         | X       |         |  |  |
| Praktyczne Zastosowania Sztucznej Inteligencji w Biznesie    |         |         |         |         |         | X       |         | X       | X       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       | X       |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         | X       |  |  |
| Systemy wspomagania decyzji                                  |         | X       |         |         | X       |         |         |         |         | X       |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         |         | X       |         |         |         | X       |         |         |         | X       | X       |         |         |         |         |         | X       |         |         | X       |         |  |  |
| Modelowanie predykcyjne w biznesie                           |         |         |         |         |         | X       |         |         |         |         |         | X       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         |         | X       | X       | X       |         |         |         |  |  |
| Prawne i regulacyjne ramy dla sztucznej inteligencji         |         | X       |         |         |         | X       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         | X       |         |         | X       |         |         |         |         |         |         | X       |         |         |         | X       |  |  |
| Praktyczne warsztaty z wykorzystaniem narzędzi i platform AI |         |         |         |         | X       |         |         | X       |         | X       |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         | X       | X       |         |         |         |         |         |         | X       | X       |  |  |

#### IV. PROGRAM STUDIÓW

W ramach studiów I stopnia na kierunku Marketing i sprzedaż oferowane są następujące specjalności:

- Strategie i techniki sprzedaży
- E-marketing
- Content marketing - tworzenie treści marketingowych
- E-handel i sprzedaż w nowych mediach
- Zarządzanie marką
- Customer experience – zarządzanie doświadczeniami klientów
- Sztuczna inteligencja dla biznesu

##### A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

| L.p. | Dyscypliny naukowe                       | % PUNKTÓW ECTS |
|------|------------------------------------------|----------------|
| 1.   | Nauki o zarządzaniu i jakości            | 68,3           |
| 2.   | Ekonomia i finanse                       | 16,1           |
| 3.   | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | 15,6           |

##### B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

| Nazwa wskaźnika                                                                                                                                                                              | Liczba punktów ECTS/Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia                      | STUDIA STACJONARNE<br>101,8       |
|                                                                                                                                                                                              | STUDIA NIESTACJONARNE<br>76,5     |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne                                                                                                   | STUDIA STACJONARNE<br>104,3       |
|                                                                                                                                                                                              | STUDIA NIESTACJONARNE<br>90,3     |
| 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 | 6                                 |

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne |    |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru                 | 99 |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym                | 38 |

### C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego, co zgodnie z wymaganiami programowymi dla studiów I stopnia, jest odzwierciedleniem ich zawodowego charakteru. Zgodnie z obowiązującym regulaminem studiów Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Wydziału Ekonomicznego w Szczecinie, praktyki zawodowe są obowiązkowe (są przedmiotem).

#### • Wymiar praktyk zawodowych

Szczegóły związane z odbywaniem praktyk określa Dziekan Wydziału. Dla kierunku Marketing i sprzedaż I stopnia przewidziane są następujące regulacje: student ma możliwość realizacji praktyki w trakcie całego przebiegu studiów, już od pierwszego roku studiów. Od roku akademickiego 2019/20, zgodnie z regulacjami ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018, obowiązujący wymiar godzin praktyk na studiach pierwszego stopnia wynosi: 6 miesięcy/24 tygodnie/960 godzin.

#### • Zasady i formy odbywania praktyk zawodowych

- 1) Biuro Karier i Praktyk (dalej: BKiP) jest organizatorem i koordynatorem praktyki zawodowej dla studentów studiów I i II stopnia;
- 2) BKiP wspiera studenta i doradza w zakresie poszukiwania miejsca praktyk;
- 3) BKiP prowadzi monitoring realizowanych praktyk;
- 4) Student ma możliwość zorganizowania praktyki:
  - a) za pośrednictwem BKiP,
  - b) samodzielnie.
- 5) Jeżeli student chce zorganizować praktykę **za pośrednictwem Biura Karier i Praktyk**, zobowiązany jest do:
  - a) wypełnienia deklaracji udostępnionej w Extranecie w wersji elektronicznej lub osobiście w Biurze Karier i Praktyk w wersji papierowej w terminie określonym przez Biuro Karier i Praktyk, nie później niż na 2 tygodnie przed terminem rozpoczęcia praktyk,
  - b) dostarczenia do Biura Karier i Praktyk CV w wersji papierowej lub elektronicznej.
- 6) Jeżeli student chce zorganizować praktykę **samodzielnie**, zobowiązany jest do wypełnienia deklaracji w wersji elektronicznej lub papierowej potwierdzonej przez praktykodawcę w terminie określonym przez Biuro Karier i Praktyk, jednak nie później niż na 2 tygodnie przed terminem rozpoczęcia praktyk.
- 7) Miejsce odbywania praktyki zatwierdza opiekun merytoryczny praktyk wyznaczony przez Dziekana Wydziału. Opiekun merytoryczny w razie wątpliwości co do miejsca odbywania praktyk przeprowadza szczegółową rozmowę ze studentem i opiekunem wyznaczonym ze strony firmy odnośnie kryteriów jakościowych doboru miejsca odbywania praktyk przez studenta oraz infrastruktury i wyposażenia miejsca odbywanych praktyk.
- 8) Po otrzymaniu przez studenta pozytywnej oceny dot. miejsca praktyki zawodowej przez opiekuna merytorycznego, BKiP przygotowuje dokumentację kierującą na praktykę zawodową.
- 9) Praktyka jest realizowana zgodnie z programem praktyk dla danego kierunku studiów.

- 10) Uczelnia nie pokrywa kosztów związanych z praktykami (np. ubezpieczenie NNW, OC, dojazdu, noclegu).
- 11) Student zobowiązany jest do rozliczenia praktyki zawodowej zgodnie z regulaminem praktyk w ciągu dwóch tygodni od dnia zakończenia praktyki zawodowej.
- 12) Dokumentacja z odbytej praktyki podlega ocenie formalnej przez BKiP oraz ocenie merytorycznej przez opiekuna kierunku.
- 13) Opiekun merytoryczny praktyk na podstawie dzienniczka praktyk oraz oceny opiekuna praktyk u praktykodawcy weryfikuje, czy student osiągnął zakładane efekty uczenia się i na tej podstawie zalicza praktykę zawodową.
- 14) Decyzję końcową o zaliczeniu praktyki zawodowej podejmuje Dziekan Wydziału.
- 15) Zaliczenie przez studenta praktyki w pełnym wymiarze jest warunkiem dopuszczenia studenta do egzaminu dyplomowego.

Zasady zaliczania praktyk na podstawie aktywności zawodowej i potwierdzonych efektów uczenia się.

- 1) Na pisemny wniosek student może ubiegać się o częściowe lub całkowite zaliczenie praktyk na podstawie wykonywanej pracy zawodowej trwającej minimum:
  - a) 3 miesiące zatrudnienia (dotyczy studentów, którzy rozpoczęli studia do 30 września 2019 r. oraz wszystkich studentów studiów II stopnia),
  - b) 6 miesięcy zatrudnienia (dotyczy studentów studiów I stopnia, którzy rozpoczęli studia po 01 października 2019 r.).
- 2) O wymiarze zaliczenia praktyk w całości lub części na podstawie wykonywanej pracy zawodowej decyduje Dziekan na podstawie złożonej dokumentacji. Decyzja jest podejmowana w przeciągu 2 tygodni od momentu złożenia w BKiP kompletnej dokumentacji. Przy ustaleniu zmniejszonego wymiaru praktyk brany jest pod uwagę staż pracy oraz jej zgodność z kierunkiem studiów lub specjalnością.
- 3) O zaliczenie praktyk może ubiegać się student, który:
  - a) wykonuje lub wykonywał pracę bądź odbywał staż - w tym przypadku do wniosku należy dołączyć aktualne zaświadczenie o zatrudnieniu lub świadectwo pracy wraz z zakresem obowiązków oraz z potwierdzeniem realizacji efektów uczenia się w wykonywanej pracy zawodowej,
  - b) pracuje (współpracuje) lub pracował (współpracował) w ramach własnej działalności gospodarczej – w tym przypadku do wniosku należy dołączyć zaświadczenie o prowadzeniu działalności gospodarczej wraz z potwierdzeniem realizacji efektów uczenia się w wykonywanej pracy zawodowej oraz aktualny wydruk Centralnej Ewidencji Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), Biuro Karier i Praktyk umawia studenta na rozmowę z opiekunem merytorycznym praktyk w celu potwierdzenia efektów uczenia się przez opiekuna merytorycznego. W trakcie spotkania, opiekun merytoryczny wypełnia formularz w którym zatwierdza zaliczenie praktyk i efektów uczenia się na podstawie rozmowy i dokumentacji przedstawionej przez studenta.
  - c) wykonuje lub wykonywał inne aktywności zawodowe - w tym przypadku do wniosku należy dołączyć dokument potwierdzający aktywność zawodową (np. referencje, zaświadczenie) oraz potwierdzenie realizacji efektów uczenia się w wykonywanej aktywności zawodowej podpisane przez uprawnioną do tego osobę. Studentom będącym pracownikami służb mundurowych w uzasadnionych przypadkach związanych z koniecznością zachowania poufności informacji Dziekan może zaliczyć praktykę bez przekładania wszystkich lub części wymaganych dokumentów.
- 4) W przypadku częściowego zaliczenia praktyk student ma obowiązek zaliczenia pozostałej części zgodnie z programem praktyk, co jest warunkiem dopuszczania studenta do egzaminu dyplomowego.
- 5) W przypadku studentów I stopnia, gdzie wymiar praktyk wynosi 960 godzin, student może wnioskować o zaliczenie częściowe w wymiarze 160 godzin (1 miesiąc) co daje możliwość zaliczenia podstawowych modułów z programu praktyk jakąkolwiek aktywnością zawodową.

Natomiast 800 godzin należy zrealizować zgodnie z kierunkiem studiów tak, aby student osiągnął efekty uczenia się założone w modułach programowych praktyk.

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

Walidacja efektów uczenia się założonych w programie studiów, uszczegółowionych w kartach przedmiotu poprzez przedmiotowe efekty uczenia się, dotyczy trzech obszarów: wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Niektóre z metod weryfikacji efektów uczenia się pozwalają na ocenę w więcej niż jednym obszarze.

Metody weryfikacji oceny efektów uczenia się:

| <b>Kategoria</b> | <b>Wiedza</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Umiejętności</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Kompetencje społeczne</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metody:          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Egzaminy ustne – standaryzowane</li> <li>- Egzaminy pisemne – pytania otwarte, testy jedno –, bądź wielokrotnego wyboru, tekst z lukami, mini – testy, zadania, zadania rachunkowe</li> <li>- Ocena prac pisemnych, indywidualnych lub zespołowych, np.: projekty, scenariusze działań, analizy przypadku, symulacje procesów, recenzje artykułów</li> <li>- Ocena prezentacji projektu zespołowego lub indywidualnego w oparciu o prezentacje multimedialne, scenariusze, symulacje etc.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Egzaminy ustne i pisemne</li> <li>- Obserwacja wykonania zadania lub projektu indywidualnego lub zespołowego</li> <li>- Ocena pracy indywidualnej lub zespołowej podczas zajęć</li> <li>- Ocena aktywności podczas działań praktycznych</li> <li>- Ocena prezentacji/projektu</li> <li>- Obserwacja i analiza prac lub innych wyników działań studenckich</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obserwacja i analiza projektów lub zadań pod kątem gotowości do podejmowania działań zgodnych ze wskazanymi kompetencjami społecznymi,</li> <li>- Obserwacja zachowań i kompetencji społecznych podczas działań praktycznych</li> <li>- Samoocena</li> <li>- Ocena aktywności poza zajęciami – udział w kołach zainteresowań, konferencjach naukowych, konkursach, projektach</li> </ul> |

Wskazane metody weryfikacji wykorzystywane są również w trybie zdalnym.

#### **E) PLANY STUDIÓW**

**Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu, Wydział Ekonomiczny w Szczecinie - Plan studiów dla naboru 2025/2026**

**Studia stacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż**

| L.p | Przedmiot                                          | Ilość godzin | Rok I  |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      | Rok II |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      | Rok III |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
|-----|----------------------------------------------------|--------------|--------|-----|---|----|-----|------|--------|-----|----|----|----|------|--------|-----|----|----|-----|------|--------|-----|----|----|----|------|---------|-----|---|----|----|-------|--------|-----|---|----|----|------|--|
|     |                                                    |              | Sem. 1 |     |   |    |     |      | Sem. 2 |     |    |    |    |      | Sem. 3 |     |    |    |     |      | Sem. 4 |     |    |    |    |      | Sem. 5  |     |   |    |    |       | Sem. 6 |     |   |    |    |      |  |
|     |                                                    |              | W      | Ć   | L | P  | E   | ECTS | W      | Ć   | L  | P  | E  | ECTS | W      | Ć   | L  | P  | E   | ECTS | W      | Ć   | L  | P  | E  | ECTS | W       | Ć   | L | P  | E  | ECTS  | W      | Ć   | L | P  | E  | ECTS |  |
| 1.  | BHP                                                | 4            |        |     |   |    | 4zz | 0    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 2.  | Podstawy ekonomii                                  | 38           |        | 6z  |   |    | 32  | 3    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 3.  | Podstawy zarządzania                               | 38           |        | 6z  |   |    | 32  | 3    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 4.  | Podstawy prawa                                     | 20           | 20E    |     |   |    |     | 2    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 5.  | Metody efektywnego uczenia się                     | 12           | 12z    |     |   |    |     | 1    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 6.  | Środki i techniki sprzedaży                        | 94           | 36E    | 38z |   | 20 |     | 4    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 7.  | Podstawy finansów                                  | 59           | 22E    | 22z |   | 15 |     | 3    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 8.  | Podstawy marketingu                                | 86           | 38E    | 38z |   | 10 |     | 5    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 9.  | Etyka w biznesie                                   | 20           |        | 4z  |   |    | 16  | 2    |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 10. | Technologia informacyjna                           | 22           |        |     |   |    |     |      |        |     | 6z |    | 16 | 3    |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 11. | Podstawy psychologii                               | 20           |        |     |   |    |     | 20E  |        |     |    |    |    | 2    |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 12. | Podstawy komunikacji                               | 44           |        |     |   |    |     |      |        | 34z |    | 10 |    | 3    |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 13. | Nauka o organizacji                                | 56           |        |     |   |    |     | 28E  | 28z    |     |    |    |    | 4    |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 14. | Zarządzanie ceną i dystrybucją                     | 89           |        |     |   |    |     | 36E  | 38z    |     | 15 |    | 4  |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 15. | Elementy socjologii                                | 20           |        |     |   |    |     | 20E  |        |     |    |    |    | 2    |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 16. | Zarządzanie projektami                             | 87           |        |     |   |    |     | 34E  | 38z    |     | 15 |    | 4  |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 17. | Reklama i PR                                       | 70           |        |     |   |    |     | 36E  | 34z    |     |    |    |    | 4    |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 18. | Ochrona własności intelektualnej                   | 18           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    | 18z  |        |     |    |    | 1   |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 19. | Statystyka i elementy badań operacyjnych           | 72           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    | 22E  |        | 30z | 20 | 4  |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 20. | Badania marketingowe                               | 80           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    | 34E  | 36z    |     | 10 | 5  |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 21. | Negocjacje i komunikacja społeczna                 | 40           |        |     |   |    |     | 20E  | 20z    |     |    |    |    | 3    |        |     |    |    | 3   |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 22. | Psychologia marketingu i sprzedaży                 | 36           |        |     |   |    |     | 36E  |        |     |    |    |    | 3    |        |     |    |    | 3   |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 23. | Zarządzanie marką                                  | 74           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    | 36E  | 38z    |     |    | 4  |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 24. | Wyzwania rynku pracy                               | 20           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      | 4z     |     |    | 16 | 1   |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 25. | Język obcy                                         | 90           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      | 15z    |     |    | 30 | 3   |      | 15z    |     |    | 30 | 3  |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 26. | Metodyka projektu dyplomowego                      | 18           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     | 18z  |        |     |    |    | 1  |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 27. | Zarządzanie jakością                               | 38           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     | 6z   |        |     |    | 32 | 3  |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 28. | Nowoczesne technologie w marketingu i sprzedaży    | 87           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    | 34E |      | 38z    | 15  |    | 4  |    |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 29. | Komunikacja marketingowa                           | 89           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      | 36E    | 38z |    | 15 |     | 4    |        |     |    |    | 4  |      |         |     |   |    |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 30. | Cultural Differences                               | 26           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    | 6z   |         |     |   | 20 | 3  |       |        |     |   |    |    |      |  |
| 31. | Zachowania konsumentów                             | 92           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    | 34E  | 38z     |     |   | 20 |    | 4     |        |     |   |    |    |      |  |
| 32. | Design Thinking                                    | 26           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    |      |         |     |   |    |    |       | 6z     |     |   |    | 20 | 2    |  |
| 33. | Przedmioty specjalnościowe                         | 427          |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    | 40  | 64   | 0      | 10  | 0  | 9  | 60 | 72   | 0       | 25  | 0 | 9  | 40 | 96    | 0      | 20  | 0 | 12 |    |      |  |
| 34. | Seminarium dyplomowe                               | 50           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    | 4  |    | 20zz |         |     |   | 5  |    | 20zz  |        |     |   | 6  |    |      |  |
| 35. | Praktyka zawodowa                                  | 960          |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     |      |        |     |    |    |    | 480  |         |     |   | 19 |    | 480zz |        |     |   |    | 19 |      |  |
| 36. | Wychowanie fizyczne - zajęcia fakultatywne         | 60           |        |     |   |    |     |      |        |     |    |    |    |      |        |     |    |    |     | 30zz |        |     |    | 0  |    | 30zz |         |     |   | 0  |    |       |        |     |   |    |    |      |  |
|     | RAZEM                                              | 3022         | 128    | 114 | 0 | 45 | 84  | 23   | 174    | 172 | 6  | 40 | 16 | 26   | 166    | 113 | 30 | 30 | 46  | 24   | 110    | 181 | 38 | 40 | 62 | 28   | 94      | 646 | 0 | 45 | 20 | 40    | 40     | 602 | 0 | 20 | 20 | 39   |  |
|     | RAZEM w semestrze (bez praktyk)                    | 2122         | 371    |     |   |    |     |      | 408    |     |    |    |    |      | 385    |     |    |    |     |      | 431    |     |    |    |    |      | 325     |     |   |    |    |       | 202    |     |   |    |    |      |  |
|     | ECTS w semestrze                                   | 180          | 23     |     |   |    |     |      | 26     |     |    |    |    |      | 24     |     |    |    |     |      | 28     |     |    |    |    |      | 40      |     |   |    |    |       | 39     |     |   |    |    |      |  |
|     | RAZEM godziny kontaktowe w semestrze (bez praktyk) | 1654         | 242    |     |   |    |     |      | 352    |     |    |    |    |      | 309    |     |    |    |     |      | 329    |     |    |    |    |      | 260     |     |   |    |    |       | 162    |     |   |    |    |      |  |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia stacjonarne - I stopnia – **Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)**

### specjalność: **Strategie i techniki sprzedaży**

| L.p. | Przedmiot                                   | Rok II     |           |          |           |          |          | Rok III    |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
|------|---------------------------------------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                             | Sem. 4     |           |          |           |          |          | Sem. 5     |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |          |           |          |           |
|      |                                             | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Mechanizmy rynków finansowych               | 20E        | 30z       |          |           |          | 4        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 2    | Public relations                            | 20E        | 34z       |          | 10        |          | 5        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 3    | Zarządzanie sektorem usług                  |            |           |          |           |          |          | 32E        |           |          |           |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 4    | Teoria i praktyka podejmowania decyzji      |            |           |          |           |          |          | 28E        | 24z       |          |           |          | 3        |            |           |          |           |          |           |
| 5    | Plan sprzedażowy                            |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 15        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 6    | Środki i techniki reklamy                   |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 10        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 7    | Merchandising                               |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |          | 10        |          | 3         |
| 8    | Psychologia reklamy i konsumenta            |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |          |           |          | 3         |
| 9    | Wywieranie wpływu i psychomanipulacje       |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            | 26z       |          |           |          | 3         |
| 10   | Sprzedaż w mediach społecznościowych        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            | 30z       |          | 10        |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                | <b>40</b>  | <b>64</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>60</b>  | <b>72</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>40</b>  | <b>96</b> | <b>0</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                    | <b>114</b> |           |          |           |          |          | <b>157</b> |           |          |           |          |          | <b>156</b> |           |          |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                     | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |          |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b> | <b>104</b> |           |          |           |          |          | <b>132</b> |           |          |           |          |          | <b>136</b> |           |          |           |          |           |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia stacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)

### specjalność: E-marketing

| L.p. | Przedmiot                                             | Rok II     |           |          |           |          |          | Rok III    |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|------|-------------------------------------------------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                       | Sem. 4     |           |          |           |          |          | Sem. 5     |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|      |                                                       | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Psychologia i socjologia w e-marketingu               | 20E        | 34z       |          | 10        |          | 5        |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2    | Prawo autorskie i etyka w e-marketingu                | 20E        | 30z       |          |           |          | 4        |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3    | Budowanie własnej marki w sieci                       |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 15        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 4    | Sztuczna inteligencja w e-marketingu                  |            |           |          |           |          |          | 32E        |           |          |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 5    | E - marketing i PR                                    |            |           |          |           |          |          | 28E        | 24z       |          |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 6    | Tworzenie i obsługa witryn internetowych (Word Press) |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 10        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 7    | Content marketing                                     |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            | 26z       |           | 10        |          | 3         |
| 8    | Zarządzanie social mediami                            |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |           |           |          | 3         |
| 9    | E-commerce i strategie sprzedaży                      |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |           | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            |           | 30z       |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                          | <b>40</b>  | <b>64</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>60</b>  | <b>72</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>40</b>  | <b>66</b> | <b>30</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                              | <b>114</b> |           |          |           |          |          | <b>157</b> |           |          |           |          |          | <b>156</b> |           |           |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                               | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>           | <b>104</b> |           |          |           |          |          | <b>132</b> |           |          |           |          |          | <b>136</b> |           |           |           |          |           |

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia stacjonarne - I stopnia – **Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)**

**specjalność: Content marketing - tworzenie treści marketingowych**

| L.p. | Przedmiot                                                         | Rok II     |           |          |           |          |          | Rok III    |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|------|-------------------------------------------------------------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                                   | Sem. 4     |           |          |           |          |          | Sem. 5     |           |           |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|      |                                                                   | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Strategia w content marketing                                     | 20E        | 34z       |          | 10        |          | 5        |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2    | Psychologia social media                                          | 20E        | 30z       |          |           |          | 4        |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3    | CM jako narzędzie budowania marki                                 |            |           |          |           |          |          |            |           | 24z       | 15        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 4    | Tworzenie i obsługa witryn internetowych (Word Press)/            |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |           |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 5    | Prawo autorskie i etyka w content marketing                       |            |           |          |           |          |          | 32E        |           |           |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 6    | Tworzenie treści multimedialnych                                  |            |           |          |           |          |          | 28E        |           | 24z       | 10        |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 7    | Copywriting i storytelling                                        |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          |            | 26z       |           | 10        |          | 3         |
| 8    | Sztuczna inteligencja w marketingu                                |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          | 20E        | 20z       |           |           |          | 3         |
| 9    | Zarządzanie i obsługa social media oraz odpowiedzialne blogowanie |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          | 20E        | 20z       |           | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)                    |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          |            |           | 30z       |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                                      | <b>40</b>  | <b>64</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>60</b>  | <b>24</b> | <b>48</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>40</b>  | <b>66</b> | <b>30</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                                          | <b>114</b> |           |          |           |          |          | <b>157</b> |           |           |           |          |          | <b>156</b> |           |           |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                                           | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>9</b>   |           |           |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                       | <b>104</b> |           |          |           |          |          | <b>132</b> |           |           |           |          |          | <b>136</b> |           |           |           |          |           |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia stacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)

### specjalność: E-handel i sprzedaż w nowych mediach

| L.p. | Przedmiot                                                        | Rok II     |           |          |           |          |          | Rok III    |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|------|------------------------------------------------------------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                                  | Sem. 4     |           |          |           |          |          | Sem. 5     |           |           |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|      |                                                                  | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Klient w sieci - Zarządzanie wizerunkiem i współpraca z klientem | 20E        | 34z       |          | 10        |          | 5        |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2    | Modele biznesowe                                                 | 20E        | 30z       |          |           |          | 4        |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3    | Analityka internetowa i planowanie kampanii w internecie         |            |           |          |           |          |          |            |           | 24z       | 15        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 4    | Media konwergentne                                               |            |           |          |           |          |          | 28E        | 24z       |           |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 5    | Aspekty prawne e-commerce                                        |            |           |          |           |          |          | 32E        |           |           |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 6    | Budowa e-sklepu                                                  |            |           |          |           |          |          |            |           | 24z       | 10        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 7    | E-commerce                                                       |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          | 20E        | 20z       |           |           |          | 3         |
| 8    | E-mail marketing                                                 |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          |            |           | 26z       | 10        |          | 3         |
| 9    | Media społecznościowe w zarządzaniu e-commerce                   |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          | 20E        | 20z       |           | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)                   |            |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |          |            |           | 30z       |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                                     | <b>40</b>  | <b>64</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>60</b>  | <b>24</b> | <b>48</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>40</b>  | <b>40</b> | <b>56</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                                         | <b>114</b> |           |          |           |          |          | <b>157</b> |           |           |           |          |          | <b>156</b> |           |           |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                                          | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>9</b>   |           |           |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                      | <b>104</b> |           |          |           |          |          | <b>132</b> |           |           |           |          |          | <b>136</b> |           |           |           |          |           |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia stacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)

### specjalność: Zarządzanie marką

| L.p. | Przedmiot                                   | Rok II     |           |          |           |          |          | Rok III    |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
|------|---------------------------------------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                             | Sem. 4     |           |          |           |          |          | Sem. 5     |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |          |           |          |           |
|      |                                             | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Marka korporacyjna                          | 20E        | 30z       |          |           |          | 4        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 2    | Marka osobista                              | 20E        | 34z       |          | 10        |          | 5        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 3    | Marka w social mediach                      |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 15        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 4    | Zarządzanie produktem                       |            |           |          |           |          |          | 28E        | 24z       |          |           |          | 3        |            |           |          |           |          |           |
| 5    | Strategia komunikacji marki                 |            |           |          |           |          |          | 32E        |           |          |           |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 6    | Employer Branding                           |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 10        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 7    | Strategie brandingowe                       |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |          |           |          | 3         |
| 8    | Marketing dóbr luksusowych                  |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            | 26z       |          | 10        |          | 3         |
| 9    | Storytelling i copywriting                  |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |          |           |          | 3         |
| 10   | Tożsamość i wizerunek marki                 |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            | 30z       |          | 10        |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                | <b>40</b>  | <b>64</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>60</b>  | <b>72</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>40</b>  | <b>96</b> | <b>0</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                    | <b>114</b> |           |          |           |          |          | <b>157</b> |           |          |           |          |          | <b>156</b> |           |          |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                     | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |          |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b> | <b>104</b> |           |          |           |          |          | <b>132</b> |           |          |           |          |          | <b>136</b> |           |          |           |          |           |

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia stacjonarne - I stopnia – **Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)**

**specjalność: Customer Experience - zarządzanie doświadczeniami klientów**

| L.p. | Przedmiot                                                             | Rok II     |           |          |           |          |          | Rok III    |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
|------|-----------------------------------------------------------------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                                       | Sem. 4     |           |          |           |          |          | Sem. 5     |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |          |           |          |           |
|      |                                                                       | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Event marketing                                                       | 20E        | 30z       |          |           |          | 4        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 2    | Customer Experience w budowaniu marki                                 | 20E        | 34z       |          | 10        |          | 5        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 3    | Kreowanie doświadczeń w e-commerce                                    |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 15        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 4    | Customer Experience w mediach społecznościowych                       |            |           |          |           |          |          |            | 24z       |          | 10        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 5    | Społeczne i humanistyczne tendencje w marketingu                      |            |           |          |           |          |          | 32E        |           |          |           |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 6    | Klient i jego rola w biznesie                                         |            |           |          |           |          |          | 28E        | 24z       |          |           |          | 3        |            |           |          |           |          |           |
| 7    | Strategie zarządzania doświadczeniami klientów                        |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            | 30z       |          | 10        |          | 3         |
| 8    | Kanały komunikacji w marketingu doświadczeń                           |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |          |           |          | 3         |
| 9    | Customer Experience produktów niematerialnych i projektów społecznych |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          |            | 26z       |          | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing sensoryczny                                                 |            |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |          | 20E        | 20z       |          |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                                          | <b>40</b>  | <b>64</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>60</b>  | <b>72</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>40</b>  | <b>96</b> | <b>0</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                                              | <b>114</b> |           |          |           |          |          | <b>157</b> |           |          |           |          |          | <b>156</b> |           |          |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                                               | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>9</b>   |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |          |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                           | <b>104</b> |           |          |           |          |          | <b>132</b> |           |          |           |          |          | <b>136</b> |           |          |           |          |           |

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia stacjonarne - I stopnia – **Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)**  
**specjalność: Sztuczna inteligencja dla biznesu**

| Lp. | Przedmiot                                                    | Rok II     |           |           |           |          |          | Rok III    |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|-----|--------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|     |                                                              | Sem. 4     |           |           |           |          |          | Sem. 5     |           |           |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|     |                                                              | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1.  | Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w biznesie            | 20E        | 34z       |           | 10        |          | 5        |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2.  | Analiza danych                                               | 20E        |           | 30z       |           |          | 4        |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3.  | Sztuczna inteligencja w marketingu                           |            |           |           |           |          |          | 20E        | 24z       |           |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 4.  | Praktyczne Zastosowania Sztucznej Inteligencji w Biznesie    |            |           |           |           |          |          | 20E        |           | 24z       | 15        |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 5.  | Systemy wspomagania decyzji                                  |            |           |           |           |          |          | 20E        | 24z       |           |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 6.  | Modelowanie predykcyjne w biznesie                           |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |          |            | 34z       |           | 10        |          | 4         |
| 7.  | Prawne i regulacyjne ramy dla sztucznej inteligencji         |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |          | 20E        | 32z       |           | 10        |          | 4         |
| 8.  | Praktyczne warsztaty z wykorzystaniem narzędzi i platform AI |            |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |          | 20E        |           | 30z       |           |          | 4         |
|     | <b>RAZEM</b>                                                 | <b>40</b>  | <b>34</b> | <b>30</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>60</b>  | <b>48</b> | <b>24</b> | <b>15</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>40</b>  | <b>66</b> | <b>30</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|     | <b>RAZEM w semestrze</b>                                     | <b>114</b> |           |           |           |          |          | <b>147</b> |           |           |           |          |          | <b>156</b> |           |           |           |          |           |
|     | <b>ECTS w semestrze</b>                                      | <b>9</b>   |           |           |           |          |          | <b>9</b>   |           |           |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|     | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                  | <b>104</b> |           |           |           |          |          | <b>132</b> |           |           |           |          |          | <b>136</b> |           |           |           |          |           |

**Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu, Wydział Ekonomiczny w Szczecinie - Plan studiów dla naboru 2025/2026**

**Studia niestacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż**

| L.p | Przedmiot                                          | Ilość godzin | Rok I  |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      | Rok II |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      | Rok III |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
|-----|----------------------------------------------------|--------------|--------|-----|---|----|-----|------|--------|----|----|----|----|------|--------|-----|-----|----|----|------|--------|------|-----|----|----|------|---------|------|---|----|----|------|--------|-------|---|----|----|------|
|     |                                                    |              | Sem. 1 |     |   |    |     |      | Sem. 2 |    |    |    |    |      | Sem. 3 |     |     |    |    |      | Sem. 4 |      |     |    |    |      | Sem. 5  |      |   |    |    |      | Sem. 6 |       |   |    |    |      |
|     |                                                    |              | W      | Ć   | L | P  | E   | ECTS | W      | Ć  | L  | P  | E  | ECTS | W      | Ć   | L   | P  | E  | ECTS | W      | Ć    | L   | P  | E  | ECTS | W       | Ć    | L | P  | E  | ECTS | W      | Ć     | L | P  | E  | ECTS |
| 1.  | BHP                                                | 4            |        |     |   |    | 4zz | 0    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 2.  | Podstawy ekonomii                                  | 38           |        | 6z  |   |    | 32  | 3    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 3.  | Podstawy zarządzania                               | 38           |        | 6z  |   |    | 32  | 3    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 4.  | Podstawy prawa                                     | 15           | 15E    |     |   |    |     | 2    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 5.  | Metody efektywnego uczenia się                     | 12           | 12z    |     |   |    |     | 1    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 6.  | Środki i techniki sprzedaży                        | 59           | 18E    | 21z |   | 20 |     | 4    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 7.  | Podstawy finansów                                  | 39           | 12E    | 12z |   | 15 |     | 3    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 8.  | Podstawy marketingu                                | 55           | 24E    | 21z |   | 10 |     | 5    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 9.  | Etyka w biznesie                                   | 20           |        | 4z  |   |    | 16  | 2    |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 10. | Technologia informacyjna                           | 22           |        |     |   |    |     |      |        |    | 6z |    | 16 | 3    |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 11. | Podstawy psychologii                               | 15           |        |     |   |    |     | 15E  |        |    |    |    |    | 2    |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 12. | Podstawy komunikacji                               | 28           |        |     |   |    |     |      | 18z    |    |    | 10 |    | 3    |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 13. | Nauka o organizacji                                | 36           |        |     |   |    |     | 18E  | 18z    |    |    |    |    | 4    |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 14. | Zarządzanie ceną i dystrybucją                     | 54           |        |     |   |    |     | 18E  | 21z    |    | 15 |    | 4  |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 15. | Elementy socjologii                                | 15           |        |     |   |    |     | 15E  |        |    |    |    |    | 2    |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 16. | Zarządzanie projektami                             | 54           |        |     |   |    |     | 18E  | 21z    |    | 15 |    | 4  |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 17. | Reklama i PR                                       | 33           |        |     |   |    |     | 18E  | 15z    |    |    |    |    | 4    |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 18. | Ochrona własności intelektualnej                   | 9            |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      | 9z     |     |     |    |    | 1    |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 19. | Statystyka i elementy badań operacyjnych           | 50           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      | 12E    |     | 18z | 20 | 4  |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 20. | Badania marketingowe                               | 49           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      | 18E    | 21z |     | 10 | 5  |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 21. | Negocjacje i komunikacja społeczna                 | 27           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      | 15E    | 12z |     |    | 3  |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 22. | Psychologia marketingu i sprzedaży                 | 21           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      | 21E    |     |     |    | 3  |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 23. | Zarządzanie marką                                  | 39           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      | 18E    | 21z |     |    | 4  |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 24. | Wyzwania rynku pracy                               | 20           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        | 4z  |     |    | 16 | 1    |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 25. | Język obcy                                         | 90           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        | 15z |     |    | 30 | 3    |        | 15z  |     |    | 30 | 3    |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 26. | Metodyka projektu dyplomowego                      | 12           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      | 12z    |      |     |    |    | 1    |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 27. | Zarządzanie jakością                               | 38           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      | 6z     |      |     |    | 32 | 3    |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 28. | Nowoczesne technologie w marketingu i sprzedaży    | 51           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      | 15E    |      | 21z | 15 |    | 4    |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 29. | Komunikacja marketingowa                           | 54           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      | 21E    | 18z  |     | 15 |    | 4    |         |      |   |    |    |      |        |       |   |    |    |      |
| 30. | Cultural Differences                               | 26           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      | 6z      |      |   |    | 20 | 3    |        |       |   |    |    |      |
| 31. | Zachowania konsumentów                             | 59           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      | 18E     | 21z  |   |    | 20 |      | 4      |       |   |    |    |      |
| 32. | Design Thinking                                    | 26           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         |      |   |    |    |      | 6z     |       |   |    | 20 | 2    |
| 33. | Przedmioty specjalnościowe                         | 271          |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      | 24     | 39   | 0   | 10 | 0  | 9    | 27      | 45   | 0 | 25 | 0  | 9    | 24     | 57    | 0 | 20 | 0  | 12   |
| 34. | Seminarium dyplomowe                               | 50           |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        | 10zz |     |    |    | 4    |         | 20zz |   |    |    | 5    |        | 20zz  |   |    |    | 6    |
| 35. | Praktyka zawodowa                                  | 960          |        |     |   |    |     |      |        |    |    |    |    |      |        |     |     |    |    |      |        |      |     |    |    |      |         | 480  |   |    |    | 19   |        | 480zz |   |    |    | 19   |
|     | RAZEM                                              | 2389         | 81     | 70  | 0 | 45 | 84  | 23   | 102    | 93 | 6  | 40 | 16 | 26   | 93     | 73  | 18  | 30 | 46 | 24   | 60     | 100  | 21  | 40 | 62 | 28   | 45      | 572  | 0 | 45 | 20 | 40   | 24     | 563   | 0 | 20 | 20 | 39   |
|     | RAZEM w semestrze (bez praktyk)                    | 1429         | 280    |     |   |    |     |      | 257    |    |    |    |    |      | 260    |     |     |    |    |      | 283    |      |     |    |    |      | 202     |      |   |    |    |      | 147    |       |   |    |    |      |
|     | ECTS w semestrze                                   | 180          | 23     |     |   |    |     |      | 26     |    |    |    |    |      | 24     |     |     |    |    |      | 28     |      |     |    |    |      | 40      |      |   |    |    |      | 39     |       |   |    |    |      |
|     | RAZEM godziny kontaktowe w semestrze (bez praktyk) | 961          | 151    |     |   |    |     |      | 201    |    |    |    |    |      | 184    |     |     |    |    |      | 181    |      |     |    |    |      | 137     |      |   |    |    |      | 107    |       |   |    |    |      |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia niestacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)

### specjalność: Strategie i techniki sprzedaży

| L.p. | Przedmiot                                   | Rok II    |           |          |           |          |          | Rok III   |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
|------|---------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                             | Sem. 4    |           |          |           |          |          | Sem. 5    |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |          |           |          |           |
|      |                                             | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Mechanizmy rynków finansowych               | 12E       | 18z       |          |           |          | 4        |           |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 2    | Public relations                            | 12E       | 21z       |          | 10        |          | 5        |           |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 3    | Zarządzanie sektorem usług                  |           |           |          |           |          |          | 15E       |           |          |           |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 4    | Teoria i praktyka podejmowania decyzji      |           |           |          |           |          |          | 12E       | 15z       |          |           |          | 3        |            |           |          |           |          |           |
| 5    | Plan sprzedażowy                            |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 15        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 6    | Środki i techniki reklamy                   |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 10        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 7    | Merchandising                               |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |          | 10        |          | 3         |
| 8    | Psychologia reklamy i konsumenta            |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |          |           |          | 3         |
| 9    | Wywieranie wpływu i psychomanipulacje       |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            | 15z       |          |           |          | 3         |
| 10   | Sprzedaż w mediach społecznościowych        |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            | 18z       |          | 10        |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                | <b>24</b> | <b>39</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>27</b> | <b>45</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>24</b>  | <b>57</b> | <b>0</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                    | <b>73</b> |           |          |           |          |          | <b>97</b> |           |          |           |          |          | <b>101</b> |           |          |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                     | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |          |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b> | <b>63</b> |           |          |           |          |          | <b>72</b> |           |          |           |          |          | <b>81</b>  |           |          |           |          |           |

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia niestacjonarne - I stopnia – **Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)**

**specjalność: E-marketing**

| L.p. | Przedmiot                                             | Rok II    |           |          |           |          |          | Rok III   |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|------|-------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                       | Sem. 4    |           |          |           |          |          | Sem. 5    |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|      |                                                       | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Psychologia i socjologia w e-marketingu               | 12E       | 21z       |          | 10        |          | 5        |           |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2    | Prawo autorskie i etyka w e-marketingu                | 12E       | 18z       |          |           |          | 4        |           |           |          |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3    | Budowanie własnej marki w sieci                       |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 15        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 4    | Sztuczna inteligencja w e-marketingu                  |           |           |          |           |          |          | 15E       |           |          |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 5    | E - marketing i PR                                    |           |           |          |           |          |          | 12E       | 15z       |          |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 6    | Tworzenie i obsługa witryn internetowych (Word Press) |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 10        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 7    | Content marketing                                     |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            | 15z       |           | 10        |          | 3         |
| 8    | Zarządzanie social mediami                            |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |           |           |          | 3         |
| 9    | E-commerce i strategie sprzedaży                      |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |           | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)        |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            |           | 18z       |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                          | <b>24</b> | <b>39</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>27</b> | <b>45</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>24</b>  | <b>39</b> | <b>18</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                              | <b>73</b> |           |          |           |          |          | <b>97</b> |           |          |           |          |          | <b>101</b> |           |           |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                               | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>           | <b>63</b> |           |          |           |          |          | <b>72</b> |           |          |           |          |          | <b>81</b>  |           |           |           |          |           |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia niestacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)

### specjalność: Content marketing - tworzenie treści marketingowych

| L.p. | Przedmiot                                                         | Rok II    |           |          |           |          |          | Rok III   |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|------|-------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                                   | Sem. 4    |           |          |           |          |          | Sem. 5    |           |           |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|      |                                                                   | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W         | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Strategia w content marketing                                     | 12E       | 21z       |          | 10        |          | 5        |           |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2    | Psychologia social media                                          | 12E       | 18z       |          |           |          | 4        |           |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3    | CM jako narzędzie budowania marki                                 |           |           |          |           |          |          |           |           | 15z       | 15        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 4    | Tworzenie i obsługa witryn internetowych (Word Press)/            |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |           |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 5    | Prawo autorskie i etyka w content marketing                       |           |           |          |           |          |          | 15E       |           |           |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 6    | Tworzenie treści multimedialnych                                  |           |           |          |           |          |          | 12E       |           | 15z       | 10        |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 7    | Copywriting i storytelling                                        |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          |            | 15z       |           | 10        |          | 3         |
| 8    | Sztuczna inteligencja w marketingu                                |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          | 12E        | 12z       |           |           |          | 3         |
| 9    | Zarządzanie i obsługa social media oraz odpowiedzialne blogowanie |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          | 12E        | 12z       |           | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)                    |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          |            |           | 18z       |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                                      | <b>24</b> | <b>39</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>27</b> | <b>15</b> | <b>30</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>24</b>  | <b>39</b> | <b>18</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                                          | <b>73</b> |           |          |           |          |          | <b>97</b> |           |           |           |          |          | <b>101</b> |           |           |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                                           | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>9</b>  |           |           |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                       | <b>63</b> |           |          |           |          |          | <b>72</b> |           |           |           |          |          | <b>81</b>  |           |           |           |          |           |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia niestacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)

### specjalność: Zarządzanie marką

| L.p. | Przedmiot                                   | Rok II    |           |          |           |          |          | Rok III   |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
|------|---------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                             | Sem. 4    |           |          |           |          |          | Sem. 5    |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |          |           |          |           |
|      |                                             | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Marka korporacyjna                          | 12E       | 18z       |          |           |          | 4        |           |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 2    | Marka osobista                              | 12E       | 21z       |          | 10        |          | 5        |           |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 3    | Marka w social mediach                      |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 15        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 4    | Zarządzanie produktem                       |           |           |          |           |          |          | 12E       | 15z       |          |           |          | 3        |            |           |          |           |          |           |
| 5    | Strategia komunikacji marki                 |           |           |          |           |          |          | 15E       |           |          |           |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 6    | Employer Branding                           |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 10        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 7    | Strategie brandingowe                       |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |          |           |          | 3         |
| 8    | Marketing dóbr luksusowych                  |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            | 15z       |          | 10        |          | 3         |
| 9    | Storytelling i copywriting                  |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |          |           |          | 3         |
| 10   | Tożsamość i wizerunek marki                 |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            | 18z       |          | 10        |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                | <b>24</b> | <b>39</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>27</b> | <b>45</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>24</b>  | <b>57</b> | <b>0</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                    | <b>73</b> |           |          |           |          |          | <b>97</b> |           |          |           |          |          | <b>101</b> |           |          |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                     | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |          |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b> | <b>63</b> |           |          |           |          |          | <b>72</b> |           |          |           |          |          | <b>81</b>  |           |          |           |          |           |

# Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

## Studia niestacjonarne - I stopnia – Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)

### specjalność: E-handel i sprzedaż w nowych mediach

| L.p. | Przedmiot                                                        | Rok II    |           |          |           |          |          | Rok III   |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|------|------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                                  | Sem. 4    |           |          |           |          |          | Sem. 5    |           |           |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|      |                                                                  | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W         | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Klient w sieci - Zarządzanie wizerunkiem i współpraca z klientem | 12E       | 21z       |          | 10        |          | 5        |           |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2    | Modele biznesowe                                                 | 12E       | 18z       |          |           |          | 4        |           |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3    | Analityka internetowa i planowanie kampanii w internecie         |           |           |          |           |          |          |           |           | 15z       | 15        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 4    | Media konwergentne                                               |           |           |          |           |          |          | 12E       | 15z       |           |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 5    | Aspekty prawne e-commerce                                        |           |           |          |           |          |          | 15E       |           |           |           |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 6    | Budowa e-sklepu                                                  |           |           |          |           |          |          |           |           | 15z       | 10        |          | 2        |            |           |           |           |          |           |
| 7    | E-commerce                                                       |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          | 12E        | 12z       |           |           |          | 3         |
| 8    | E-mail marketing                                                 |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          |            |           | 15z       | 10        |          | 3         |
| 9    | Media społecznościowe w zarządzaniu e-commerce                   |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          | 12E        | 12z       |           | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing w wyszukiwarkach (SEO, PPC, Adwords)                   |           |           |          |           |          |          |           |           |           |           |          |          |            |           | 18z       |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                                     | <b>24</b> | <b>39</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>27</b> | <b>15</b> | <b>30</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>24</b>  | <b>24</b> | <b>33</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                                         | <b>73</b> |           |          |           |          |          | <b>97</b> |           |           |           |          |          | <b>101</b> |           |           |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                                          | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>9</b>  |           |           |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                      | <b>63</b> |           |          |           |          |          | <b>72</b> |           |           |           |          |          | <b>81</b>  |           |           |           |          |           |

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia niestacjonarne - I stopnia – **Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)**

**specjalność: Customer Experience - zarządzanie doświadczeniami klientów**

| L.p. | Przedmiot                                                             | Rok II    |           |          |           |          |          | Rok III   |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
|------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|      |                                                                       | Sem. 4    |           |          |           |          |          | Sem. 5    |           |          |           |          |          | Sem. 6     |           |          |           |          |           |
|      |                                                                       | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W         | Ć         | L        | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L        | P         | E        | ECTS      |
| 1    | Event marketing                                                       | 12E       | 18z       |          |           |          | 4        |           |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 2    | Customer Experience w budowaniu marki                                 | 12E       | 21z       |          | 10        |          | 5        |           |           |          |           |          |          |            |           |          |           |          |           |
| 3    | Kreowanie doświadczeń w e-commerce                                    |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 15        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 4    | Customer Expierience w mediach społecznościowych                      |           |           |          |           |          |          |           | 15z       |          | 10        |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 5    | Społeczne i humanistyczne tendencje w marketingu                      |           |           |          |           |          |          | 15E       |           |          |           |          | 2        |            |           |          |           |          |           |
| 6    | Klient i jego rola w biznesie                                         |           |           |          |           |          |          | 12E       | 15z       |          |           |          | 3        |            |           |          |           |          |           |
| 7    | Strategie zarządzania doświadczeniami klientów                        |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            | 18z       |          | 10        |          | 3         |
| 8    | Kanały komunikacji w marketingu doświadczeń                           |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |          |           |          | 3         |
| 9    | Customer Experience produktów niematerialnych i projektów społecznych |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          |            | 15z       |          | 10        |          | 3         |
| 10   | Marketing sensoryczny                                                 |           |           |          |           |          |          |           |           |          |           |          |          | 12E        | 12z       |          |           |          | 3         |
|      | <b>RAZEM</b>                                                          | <b>24</b> | <b>39</b> | <b>0</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>27</b> | <b>45</b> | <b>0</b> | <b>25</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>24</b>  | <b>57</b> | <b>0</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|      | <b>RAZEM w semestrze</b>                                              | <b>73</b> |           |          |           |          |          | <b>97</b> |           |          |           |          |          | <b>101</b> |           |          |           |          |           |
|      | <b>ECTS w semestrze</b>                                               | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>9</b>  |           |          |           |          |          | <b>12</b>  |           |          |           |          |           |
|      | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                           | <b>63</b> |           |          |           |          |          | <b>72</b> |           |          |           |          |          | <b>81</b>  |           |          |           |          |           |

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia niestacjonarne - I stopnia – **Marketing i Sprzedaż (dla naboru 2025/2026)**  
**specjalność: Sztuczna inteligencja dla biznesu**

| Lp. | Przedmiot                                                    | Rok II    |           |           |           |          |          | Rok III   |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
|-----|--------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
|     |                                                              | Sem. 4    |           |           |           |          |          | Sem. 5    |           |           |           |          |          | Sem. 6     |           |           |           |          |           |
|     |                                                              | W         | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W         | Ć         | L         | P         | E        | ECTS     | W          | Ć         | L         | P         | E        | ECTS      |
| 1.  | Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w biznesie            | 12E       | 21z       |           | 10        |          | 5        |           |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 2.  | Analiza danych                                               | 12E       |           | 18z       |           |          | 4        |           |           |           |           |          |          |            |           |           |           |          |           |
| 3.  | Sztuczna inteligencja w marketingu                           |           |           |           |           |          |          | 9E        | 15z       |           |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 4.  | Praktyczne Zastosowania Sztucznej Inteligencji w Biznesie    |           |           |           |           |          |          | 9E        |           | 15z       |           |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 5.  | Systemy wspomagania decyzji                                  |           |           |           |           |          |          | 9E        | 15z       |           | 15        |          | 3        |            |           |           |           |          |           |
| 6.  | Modelowanie predykcyjne w biznesie                           |           |           |           |           |          |          |           |           |           |           |          |          |            | 21z       |           | 10        |          | 4         |
| 7.  | Prawne i regulacyjne ramy dla sztucznej inteligencji         |           |           |           |           |          |          |           |           |           |           |          |          | 12E        | 21z       |           | 10        |          | 4         |
| 8.  | Praktyczne warsztaty z wykorzystaniem narzędzi i platform AI |           |           |           |           |          |          |           |           |           |           |          |          | 12E        |           | 15z       |           |          | 4         |
|     | <b>RAZEM</b>                                                 | <b>24</b> | <b>21</b> | <b>18</b> | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>27</b> | <b>30</b> | <b>15</b> | <b>15</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>24</b>  | <b>42</b> | <b>15</b> | <b>20</b> | <b>0</b> | <b>12</b> |
|     | <b>RAZEM w semestrze</b>                                     | <b>73</b> |           |           |           |          |          | <b>87</b> |           |           |           |          |          | <b>101</b> |           |           |           |          |           |
|     | <b>ECTS w semestrze</b>                                      | <b>9</b>  |           |           |           |          |          | <b>9</b>  |           |           |           |          |          | <b>12</b>  |           |           |           |          |           |
|     | <b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>                  | <b>63</b> |           |           |           |          |          | <b>72</b> |           |           |           |          |          | <b>81</b>  |           |           |           |          |           |