

Marketing i Sprzedaż - studia 3 semestralne

STUDIA II STOPNIA - KIERUNEK

Forma: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Cechy: Studia II stopnia • Od marca • Polski • Mikrocertyfiakat • 3 semestry



Czego się nauczysz?

- Zdobędziesz wiedzę, jak skutecznie **tworzyć strategie marketingowe**, które odpowiadają na potrzeby rynku i zwiększają konkurencyjność firmy w dynamicznym środowisku biznesowym.
- Poznasz nowoczesne narzędzia do **zarządzania sprzedażą** i nauczysz się prowadzić negocjacje handlowe, co pozwoli Ci budować długotrwałe relacje z klientami.
- Dowiesz się, jak efektywnie wykorzystywać **media społecznościowe w marketingu**, co pozwoli Ci tworzyć kampanie, które angażują odbiorców i wzmacniają wizerunek marki.
- Opanujesz umiejętności **analizy danych i badania rynku**, dzięki którym będziesz w stanie monitorować trendy oraz podejmować lepsze decyzje marketingowe.
- Nauczysz się projektować **kampanie digitalowe**, które wykorzystują narzędzia reklamowe, takie jak Google Ads czy Facebook Ads, aby skutecznie docierać do klientów.
- Rozwiniesz kompetencje w zakresie **zarządzania doświadczeniem klienta**, co pomoże Ci skutecznie tworzyć pozytywne interakcje i budować lojalność w relacjach z klientami.

Program studiów

Praktyczne studia

Uczymy tak, aby jak najlepiej przygotować Cię do rzeczywistych wyzwań, z jakimi spotkasz się w pracy zawodowej.

- **Projekty grupowe** – realne problemy biznesowe.
- **Symulacje** – decyzje w warunkach rynkowych.
- **Staże i praktyki** – doświadczenie w firmach.
- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.
- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.

Wybrane zajęcia kierunkowe:

- Strategie marketingowe
- Marketing społeczny i zrównoważony rozwój
- Marketing i sprzedaż B2B
- Business Intelligence
- Narzędzia IT w zarządzaniu projektem
- Planowanie i zakup mediów



- Nowoczesna komunikacja marketingowa

Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- Analityka internetowa i UX
- Nowoczesne technologie i AI w digital marketingu
- Google Analytics
- Wizualizacja danych analitycznych
- Trening umiejętności menadżera CX
- Psychologia w biznesie i psychologia zmiany

Rozwijaj kompetencje językowe na studiach II stopnia

- Podczas studiów realizujesz jeden przedmiot kierunkowy w języku angielskim.
- To świetna okazja, aby rozwijać kompetencje językowe i zdobywać wiedzę w międzynarodowym kontekście.

Praktyki i staże

Praktyki zawodowe to ważny element studiów. Studenci studiów magisterskich realizują **480 godzin praktyk** w całym toku studiów, zdobywając doświadczenie zawodowe. Jeśli pracujesz w zawodzie zgodnym z kierunkiem studiów, możesz zaliczyć praktyki na podstawie zatrudnienia. W trakcie studiów masz też szansę na płatny staż. Programy stażowe przygotowują pracodawcy, z którymi współpracujemy, dostosowując wymagania do stanowisk, co ułatwia pierwsze kroki zawodowe.

Sposób zaliczenia studiów

- Studia II stopnia kończą się przygotowaniem i obroną pracy magisterskiej.
- W trakcie studiów zaliczenia poszczególnych przedmiotów odbywają się na podstawie projektów, prezentacji, egzaminów pisemnych lub ustnych.
- Całość ma charakter praktyczny i ukierunkowany na rozwój kompetencji zawodowych.

Partnerzy kierunku



Zasady rekrutacji

- Jeśli **masz już dyplom licencjata lub inżyniera**, możesz zostać studentem studiów drugiego stopnia.
- Trwają **one 2 lata** i kończą się obroną pracy magisterskiej oraz uzyskaniem dyplomu magistra.
- O przyjęciu na studia **decyduje kolejność zgłoszeń oraz złożenie kompletu dokumentów i spełnienie wymogów wynikających z zasad rekrutacji.**

[Dowiedz się więcej](#)

Stypendia i zniżki

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

[Dowiedz się więcej](#)

Ceny

Dla Kandydatów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia niestacjonarne			
1 rok	616 zł (12 x 616 zł)	1 rok	687 zł (12 x 687 zł)
2 rok	1050 zł (5 x 1050 zł)	2 rok	795 zł (5 x 795 zł)

Dla naszych absolwentów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia niestacjonarne			
1 rok	616 zł (12 x 616 zł)	1 rok	687 zł (12 x 687 zł)
2 rok	1050 zł (5 x 1050 zł)	2 rok	795 zł (5 x 795 zł)

Dla kandydatów z zagranicy

Czesne równe	
Studia niestacjonarne	
1 rok	658 zł (12 x 658 zł)
2 rok	765 zł (5 x 765 zł)



W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

W tabeli znajdują się ceny na rok akademicki 2025/2026 dla studentów zaczynających naukę od 1 semestru. Dla studentów zaczynających naukę od 2 semestru w trakcie rekrutacji zimowej 2025/2026 ceny zostaną przeliczone indywidualnie podczas zapisu na studia. Całość zniżki odliczana jest od kwoty czesnego na pierwszym roku studiów.

Specjalności na kierunku Marketing i Sprzedaż - studia 3 semestralne

Digital marketing

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Marketing w cyfrowej transformacji z elementami AI

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Analityka internetowa z elementami AI

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Customer Experience

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Wykładowcy

mgr Danuta Kidawa, Menedżer kierunku

- Absolwentka statystyki i ekonometrii, wykładowczyni o szerokich zainteresowaniach, prowadzi zajęcia z MS Excel oraz rozwija miękkie kompetencje przyszłości.
- Ekspertka z bogatym doświadczeniem na stanowiskach analitycznych i menedżerskich w obszarach finansów, analiz, produktu oraz marketingu.
- Współtworzy książkę o budowaniu biznesu online, pisze e-booki, szkoli i mentoruje; ukończyła podyplomowe Doradztwo zawodowe oraz coaching kariery.
- Pełni funkcję menedżera kierunków Marketing i sprzedaż oraz Logistyka.

prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska



- Specjalizuje się w zagadnieniach zarządzania marketingowego, badań marketingowych, komunikacji kulturowej, marketingu w kulturze, ekonomii konsumpcji oraz zachowań nabywców.
- Prorektor ds. dydaktyki, dyrektor Instytutu Marketingu UE we Wrocławiu, egzaminator zewnętrzny Nottingham Trent University, ekspert Zespołu Stałego NCN oraz przewodnicząca Komisji Akredytacyjnej FPAKE
- Autorka ponad 300 publikacji, redaktorka i autorka podręczników PWN oraz monografii „Badania marketingowe”, nagradzana przez Ministra za książki PWE o zachowaniach konsumentów.
- Posiada doświadczenie w opracowywaniu strategii marketingowych, projektowaniu i analizie badań, tworzeniu insightów i profili klientów, map percepcji oraz pomiarze efektów przekazów reklamowych.

dr Artur Smolik

- Doktor ekonomii w dyscyplinie zarządzanie. Specjalizuje się w badaniach nad efektywnością przywództwa, zarządzania operacyjnego i strategii oraz praktycznego zastosowania w biznesie.
- Posiada praktyczne doświadczenie na 19 różnych stanowiskach zarządczych, w 12 różnych branżach. Interdyscyplinarne podejście do efektywności łączy z naukowym rozumieniem realiów i wyzwań biznesowych.
- Zrealizował ponad 250 projektów doradczo-szkoleniowych, wdrażając strategię wzrostu, efektywności i kultury organizacyjnej. Twórca metodyk 4SMP i MDP dla liderów i menedżerów.
- Projektuje programy i szkolenia rozwojowe z zakresu kompetencji menedżerskich, zarządzania i strategii, oparte na doświadczeniu, badaniach i sprawdzonych metodykach, dostosowane do realiów biznesu.

dr Danuta Studencka-Derkacz

- Absolwentka Uniwersytetu Wrocławskiego na kierunkach politologia oraz filozofia – komunikacja społeczna; certyfikowana menedżerka PRINCE2, zainteresowana ZZL, AI i komunikacją marketingową.
- Od 20 lat związana z public relations; organizatorka TEDx we Wrocławiu, z doświadczeniem wydawczyni i redaktorki naczelnej, specjalizuje się w wystąpieniach i komunikacji.
- Laureatka nagrody za najlepszą pracę magisterską WNS UW; w top 5% absolwentów UW. Podczas studiów doktoranckich prowadziła badania na Uniwersytecie w Oslo.
- Posiada doświadczenie w zarządzaniu zespołami do 100 osób, prowadzeniu i rozliczaniu projektów unijnych, organizacji eventów, w tym TEDx, oraz redagowaniu tekstów i formatów wideo.

mgr Wojciech Moskwa

- Bada przyszłość biznesu w erze AI, koncentrując się na automatyzacji, machine learning, ekonomii behawioralnej, growth engineering oraz systemowym podejściu do skalowania e-commerce.
- Od ponad 14 lat projektuje transformacje cyfrowe dla e-commerce i marek technologicznych, łącząc AI, automatyzację, analitykę i projektowanie doświadczeń, aby budować przewagę.
- Tworzy systemy wzrostu oparte na danych i AI, zwiększając konwersję i przychody oraz budując procesy i zespoły działające jak precyzyjne silniki rozwoju.



- Architekt strategii i praktyk technologiczny: AI, automatyzacja, SEO, Ads, UX, psychologia sprzedaży, systemy operacyjne i data-driven marketing. Tworzy modele skalowania, które realnie działają.

mgr Ewelina Neska

- W życiu kieruje się mottem „Bądź zmianą, którą pragniesz ujrzeć w świecie” Gandhiego, co przekłada się na zainteresowanie zrównoważonym rozwojem, komunikacją i employer brandingiem.
- Praktyk z ponad 20-letnim stażem w marketingu, PR i komunikacji oraz blisko 10-letnim w CSR i EB. Tworzy i wdraża strategie, zarządza markami, realizuje projekty interim management.
- Autorka logo żeglarskich Mistrzostw Europy ORC oraz fotografii rajdowych. Współpracuje pro bono z NGO w PR i komunikacji. Laureatka miejskiej nagrody „Mecenas NGO”.
- Praktycznie wykorzystuje wiedzę z marketingu, komunikacji i EB, tworzy kreacje graficzne oraz multimedialne. Edukuje dzieci o zrównoważonym rozwoju poprzez zabawę i empirię.

Izabela Dryja

- CEO, mentorka i trenerka biznesu.
- Ponad 17 lat doświadczenia w zarządzaniu, HR i negocjacjach.
- Wspiera rozwój kompetencji liderkich, pewności siebie i świadomego planowania kariery.

Wypowiedzi osób

Marketing to działania promujące produkty i usługi, odpowiadające na potrzeby klientów i zwiększające zysk firmy. Studia na Uniwersytecie Dolnośląskim DSW uczą digital marketingu, social media, marketing automation oraz analizy danych i machine learning. Absolwenci zdobywają kompetencje twarde i miękkie, a dzięki nowoczesnym metodom, hybrydowej formule i wsparciu ekspertów są przygotowani do wejścia na rynek pracy i budowania relacji biznesowych.

dr Danuta Studencka-Derkacz Wykładowczyni

Specjalizuję się w obszarach biznesowych i zapraszam na kierunki zarządzanie, sprzedaż i marketing na Uniwersytecie Dolnośląskim DSW. Zajęcia mają formułę warsztatową, ćwiczymy komunikację, delegowanie zadań i praktyczne umiejętności potrzebne do pracy w polskich i zagranicznych firmach. Studia przygotowują w praktyczny sposób do wejścia na rynek pracy w obszarach biznesowych.

dr Artur Smolik Wykładowca

Nie ma dzisiaj firmy, dla której digital czy transformacja cyfrowa nie są wyzwaniem. Marketing i Sprzedaż to kierunek, na którym wspólnie z praktykami przejdiesz przez wiele praktycznych ćwiczeń, gier i symulacji. Wszystko po to, aby być przygotowanym na zadania, jakie czekają w działach marketingu, digital, e-commerce, sales czy wsparcia sprzedaży.



Adam Piwek Wykładowca

Jeśli myślisz o pracy w marketingu lub social mediach, studia magisterskie na kierunku Marketing i Sprzedaż będą świetnym wyborem. Uczysz się od praktyków i specjalistów z branży, dzięki czemu poznajesz realne narzędzia i techniki wykorzystywane w marketingu oraz sprzedaży. Mnie przekonało przede wszystkim podejście do zajęć – warsztatowa forma, praktyczne case’y i sposób prowadzenia, który odzwierciedla codzienną pracę marketingowca.

Michał Malinowski Student