



KIERUNEK: ZARZĄDZANIE

SPECJALNOŚĆ:
Marketing

Opis studiów:

Absolwent tej specjalności posiada umiejętność identyfikowania oraz interpretowania szans i możliwości rynkowych, programowania działań marketingowych na różnych rynkach produktowych z uwzględnieniem ich specyfiki, kierowania pracą zespołów ludzkich (w pionach marketingowych i sprzedażowych), prowadzenia działalności gospodarczej przede wszystkim w formie przedsiębiorstw, w warunkach silnej konkurencji. Jest przygotowany do prowadzenia negocjacji i współpracowania z partnerami przedsiębiorstwa. klientami, pośrednikami handlowymi, agencjami badań marketingowych, agencjami reklamowymi, agencjami marketingu bezpośredniego, agencjami Public Relations, domami mediowymi, właścicielami, dostawcami, ośrodkami władzy i różnymi ośrodkami opiniotwórczymi. Posiada umiejętność posługiwania się współczesnymi technologiami informatycznymi i telekomunikacyjnymi, wspierającymi działalność marketingową przedsiębiorstwa. Absolwent specjalności marketing jest przygotowany do pracy w przedsiębiorstwach działających na rynku polskim - zarówno polskich i zagranicznych - głównie w pionach marketingowych i sprzedażowych. Może podjąć pracę w agencjach reklamowych, marketingu bezpośredniego, Public Relations, agencjach badań marketingowych, organizacjach niedochodowych w komórkach marketingu i promocji, oraz organach samorządu terytorialnego, w komórkach promocji i rozwoju regionalnego. Absolwent jest przygotowany również do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Ramowy program specjalności:

- Zachowania konsumentów na rynku
- Marketing relacji
- Marketing organizacji niedochodowych
- Marketing na rynku instytucjonalnym
- Marketing usług
- Wskaźniki marketingowe
- Zintegrowana komunikacja marketingowa
- Public Relations
- Marketingowe strategie cen
- Zarządzanie służbami sprzedaży
- Zarządzanie marką
- Marketing międzynarodowy
- Marketing strategiczny