|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| G:\Promocja\DOKUMENTY\LOGA WZ\LOGO_WZ\wz uw logo.JPG |  | KIERUNEK: ZARZĄDZANIEstudia II stopnia |
|  | SPECJALNOŚĆ: |
|  | **Zarządzanie marketingowe**  |

**Ramowy program specjalności:**

* Zarządzanie marką
* Marketing strategiczny
* Zarządzanie służbami sprzedaży
* Marketing doświadczeń
* Zintegrowana komunikacja marketingowa
* Zachowania konsumenckie
* Wskaźniki marketingowe
* Ochrona konkurencji i konsumenta

**Opis studiów:**

Absolwent tej specjalności posiada następujące umiejętności:

* Zna i rozumie pogłębioną terminologię dotyczącą zarządzania marketingowego w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz w dyscyplinach uzupełniających tj.: ekonomia i finanse oraz nauki prawne
* Zna i rozumie metody, procedury i praktyki efektywnego zarządzania działalnością marketingową w organizacji, w stopniu pogłębionym
* Zna i rozumie w sposób pogłębiony teorie i modele ekonomiczne odnoszące się do decyzji marketingowych w organizacji
* Zna i rozumie w sposób pogłębiony regulacje prawne odnoszące się do decyzji marketingowych w organizacji
* Zna i rozumie złożone procesy i zjawiska technologiczne, społeczne, polityczne, prawne, ekonomiczne i ekologiczne oraz ich wpływ na funkcjonowanie organizacji i całej gospodarki, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego
* Potrafi wykorzystać teorię dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz nauk uzupełniających tj. ekonomia i finanse oraz nauki prawne do rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów związanych z działalnością marketingową oraz ich integrowania w ramach strategii organizacji, stosując właściwy dobór źródeł oraz przystosowując istniejące lub opracowując nowe metody
* Potrafi prawidłowo interpretować złożone procesy i zjawiska technologiczne, społeczne, polityczne, prawne, ekonomiczne, ekologiczne i ich wpływ na prowadzenie działalności marketingowej przez organizację, stosując właściwy dobór źródeł
* Potrafi samodzielnie i zespołowo przygotować analizy, diagnozy i raporty dotyczące złożonych i nietypowych problemów związanych z działalnością marketingową oraz komunikatywnie je prezentować, także w języku angielskim - wykorzystując zaawansowane narzędzia informatyczno-komunikacyjne
* Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią w zakresie dyscypliny zarządzanie i jakość
* Potrafi planować, organizować i kierować pracą zespołową
* Posiada zdolność do samokształcenia się, podnoszenia zdobytych kwalifikacji i wspierania innych w tym zakresie
* Gotów jest do oceny i krytycznego podejścia do sytuacji i zjawisk związanych z działalnością marketingową organizacji
* Gotów jest do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy
* Gotów jest do przestrzegania zawodowych standardów etycznych