



Program studiów

Kierunek: Zarządzanie sprzedażą

Spis treści

Program studiów podyplomowych	3
Efekty uczenia się	6

Opis studiów podyplomowych

Ogólne informacje o studiach podyplomowych

Wydział:	Wydział Zarządzania
Nazwa studiów podyplomowych (w j. polskim):	Zarządzanie sprzedażą
Nazwa studiów podyplomowych (w j. angielskim):	Sales Management
Poziom:	Studia podyplomowe
Termin rozpoczęcia cyklu:	2025/2026, semestr zimowy
Czas trwania jednej edycji studiów podyplomowych (liczba semestrów):	2
Język wykładowy:	polski
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów podyplomowych:	35
w tym: liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne:	3
w tym: liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:	0

Data planowanego rozpoczęcia i zakończenia pierwszej edycji studiów podyplomowych

1.10.2025 - 30.09.2026

Zakres tematyczny

Program Studiów ma zapewnić słuchaczom zdobycie wiedzy z obszaru zarządzania sprzedażą zwłaszcza w zakresie nowoczesnych technik organizowania, zarządzania i prowadzenia działalności marketingowej. Studia te zapewniają solidną wiedzę z marketingu, zarządzania i prawa.

1. Prawo – przegląd aktów prawnych normujących relacje przedsiębiorstwo – klient; wybrane zagadnienia kodeksu spółek handlowych, prawa konsumenckiego oraz przedstawienie zasad zawierania umów handlowych z uwzględnieniem uwarunkowań wspólnotowych.
2. Marketing – istota i cele działalności marketingowej przedsiębiorstwa, w szczególności usługowego, aspekty międzynarodowe, strategię dystrybucji, przegląd strategii marketingowych, kształtowanie polityki komunikacyjnej z otoczeniem.
3. Finanse – w odniesieniu do finansowania sprzedaży i budżetowania działań handlowych, elementy zarządzania finansami w odniesieniu do aktywów obrotowych przedsiębiorstwa, koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa i zmiany w kreowaniu strategii przedsiębiorstw w aspekcie jej maksymalizacji.
4. Zarządzanie – charakterystyka procesu zarządzania w odniesieniu do rosnącej dynamiki otoczenia, zmiany w koncepcji organizacji, przegląd struktur organizacyjnych z uwzględnieniem orientacji marketingowej zarządzania. Nowoczesne koncepcje zarządzania – ich istota i uwarunkowania zastosowań.
5. Badania operacyjne – przegląd i charakterystyka metod ilościowych zarządzania stosowanych w obszarze dystrybucji i masowej obsługi klienta.

Do kogo adresowane są studia podyplomowe

Studia skierowane są do menedżerów sprzedaży i handlu, średniego i wyższego szczebla zarządzania. Osobom z praktycznym doświadczeniem biznesowym mają one umożliwić usystematyzowanie i poszerzenie posiadanej wiedzy.

Kierownik studiów podyplomowych: dr inż. Paweł Filipowicz

tel.: +48 12 617-42-76

mail: pawelfil@agh.edu.pl

Organizator studiów podyplomowych: Wydział Zarządzania

tel.: +48 12 617 39 92

mail: ochonsk@agh.edu.pl

Osoba do kontaktu: mgr inż. Aneta Ochońska

tel.: +48 12 617 39 92

mail: ochonsk@agh.edu.pl

Dodatkowe informacje

-

Warunki rekrutacji na studia podyplomowe

Ukończenie studiów wyższych lic., inż., mgr. O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Program studiów podyplomowych

Ogólne cele kształcenia w ramach studiów podyplomowych

Celem studiów jest zdobycie wiedzy z zakresu ogólnie pojmowanego procesu zarządzania sprzedażą przy uwzględnieniu dziedzin pomocniczych, takich jak finanse, badania operacyjne i prawo. Studia wzbogacają wiedzę z zakresu zarządzania funkcją handlową i marketingiem przedsiębiorstwa oraz umożliwiają zdobycie nowych, specjalistycznych kwalifikacji poszukiwanych szczególnie w obszarze handlu i dystrybucji.

Warunkiem ukończenia studiów podyplomowych jest zaliczenie poszczególnych przedmiotów i uzyskanie pozytywnych ocen z egzaminów.

Absolwenci otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych na podstawie zaliczeń przedmiotów, egzaminów oraz obrony pracy podyplomowej.

Sylwetka absolwenta studiów podyplomowych

Uczestnicy w trakcie studiów otrzymają usystematyzowaną i poszerzoną wiedzę z dziedzin związanych z zarządzaniem sprzedażą. Będą w stanie dokonać zastosowania praktycznego konkretnych modeli teoretycznych w praktyce gospodarczej, znając ich ograniczenia i uwarunkowania wynikające z realiów funkcjonowania przedsiębiorstwa. Zdobędą wiedzę niezbędną do identyfikacji ograniczeń prawnych dla prowadzonej działalności handlowej przedsiębiorstwa. Poznają aktualnie stosowane i wdrażane w licznych przedsiębiorstwach nowe narzędzia kierowania przedsiębiorstwem ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki obszaru marketingu i handlu. Będą w stanie prawidłowo kształtować strategię marketingową małego przedsiębiorstwa, zidentyfikować potencjalne jej ograniczenia wynikające z bieżącego stanu zasobów danej organizacji oraz skutecznie zarządzać działem marketingu uwzględniając jego interakcję z innymi działami przedsiębiorstwa.

Zasady odbywania studiów podyplomowych, w tym zasady udziału w zajęciach, zasady zaliczania zajęć i zasady składania egzaminów, zasady zaliczania i wpisu na kolejny semestr

Studia podyplomowe „Zarządzanie sprzedażą” odbywają się w cyklu semestralnym i trwają dwa semestry. Uczestnik jest zobowiązany do udziału w zajęciach przewidzianych programem studiów. Zasady zaliczania przedmiotów i zdawania egzaminów określają sylabusy poszczególnych przedmiotów. Podstawą wpisu na drugi semestr studiów jest zaliczenie przedmiotów z pierwszego semestru oraz uzyskanie ocen pozytywnych z zaliczeń i egzaminów przewidzianych na ten semestr.

Wymiar, zasady, forma i miejsce odbywania praktyk, w tym w szczególności warunki ich realizacji, system kontroli praktyk i ich zaliczania (jeżeli są wymagane)

Program studiów nie obejmuje praktyk.

Warunki ukończenia studiów podyplomowych i uzyskania świadectwa ukończenia studiów podyplomowych, w tym warunki i wymagania związane z przygotowaniem prac końcowych oraz realizacją procesu dyplomowania, a także związane z organizacją i przebiegiem egzaminu końcowego (jego zakres, tryb i sposób jego przeprowadzenia, zasady ustalania oceny z egzaminu końcowego, wytyczne dotyczące jego przebiegu), jeżeli są wymagane, zasady ustalania ostatecznego wyniku ich ukończenia

Absolwenci otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych w zakresie „Zarządzania sprzedażą” na podstawie zaliczeń przedmiotów, egzaminów oraz obrony pracy podyplomowej. Zasady zaliczania poszczególnych przedmiotów oraz przeprowadzania egzaminów określają sylabusy. Obrona pracy polega na dyskusji nad problematyką prezentowaną w pracy. Ocena końcowa jest obliczana jako średnia ważona ocen z zaliczeń i egzaminów (waga wynosi 0,6) oraz oceny z obrony pracy końcowej (0,4).

Informacja o możliwości odbycia kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu lub uzyskania uprawnień zawodowych w ramach nowo tworzonych studiów podyplomowych (o ile dotyczy)

Nie dotyczy.

Informacja o możliwości odbycia kształcenia zgodnie ze standardem kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela (o ile dotyczy)

Nie dotyczy.

Informacja o możliwości uzyskania przygotowania do wykonywania zawodu nauczyciela wraz ze wskazaniem przedmiotu lub rodzaju zajęć, które absolwent będzie mógł prowadzić po ukończeniu studiów podyplomowych (o ile dotyczy)

Nie dotyczy.

Efekty uczenia się

Kierunek: Zarządzanie sprzedażą

Wiedza

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
ZSSP_W01	powszechnie stosowane metody budżetowania i zarządzania finansami oraz kreowania wartości dla uczestników przedsięwzięć biznesowych	P6Z_WT
ZSSP_W02	w zaawansowanym stopniu nowoczesne narzędzia, metody i procedury organizacyjne wynikające z obecnych uwarunkowań działalności gospodarczej	P6S_WG
ZSSP_W03	w pogłębionym stopniu sposoby analizy rynku, metody konceptualizacji strategii marketingowych oraz zasad realizacji ich wdrożenia	P6Z_WZ
ZSSP_W04	w zaawansowanym stopniu uwarunkowania i metody skutecznego zarządzania sprzedażą w aspekcie norm prawnych regulujących działalność gospodarczą	P6S_WK

Umiejętności

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
ZSSP_U01	adaptować i opomiarować proces finansowania działalności handlowej przedsiębiorstwa w perspektywie realizowanej strategii marketingowej	P6Z_UN
ZSSP_U02	w zaawansowanym stopniu prowadzić działania wynikające z wdrożenia wybranej strategii marketingowej a ujęte we właściwym marketing - mix.	P6S_UK
ZSSP_U03	umiejętnie dobrać i zastosować właściwe formy organizacji oraz kierowania funkcją handlową przedsiębiorstwa z uwzględnieniem realizowanej strategii marketingowej przy uznaniu wymagań, co do jej formy pochodzących z otoczenia przedsiębiorstwa	P6S_UO

Kompetencje społeczne

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
ZSSP_K01	tworzenia wzorców właściwego postępowania w środowisku działalności handlowej z uwzględnieniem specyfiki marketingu, finansów i prawa w obszarze funkcji handlowej	P6S_KR
ZSSP_K02	kreatywnej i krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz umiejętności działań handlowych z uwzględnieniem wynikających zeń konsekwencji dla otoczenia	P6S_KK
ZSSP_K03	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych powiązanych z umiejętnym zarządzaniem projektami handlowymi i uwzględniając ich wpływ na klienta i otoczenie rynkowe	P6Z_KP