

Charakterystyka rynkowa kierunku	
Nazwa kierunku:	Marketing
Specjalność:	
Stopień studiów:	Studia I stopnia
Cel studiów na kierunku	
<p>Celem studiów jest kształcenie specjalistów w zakresie prowadzenia działalności marketingowej, w szczególności działań ze sfery budowania wizerunku, zarządzania marką, komunikacji rynkowej, PR, budowania relacji z klientami, sprzedaży, badań rynku, wykorzystania nowoczesnych technologii w biznesie, analityki marketingowej. Cele kształcenia obejmują kształtowanie proaktywnych postaw związanych z działaniami rynkowymi organizacji, w tym w szczególności innowacyjności, kreatywności, przedsiębiorczości, rozumienie psychologii klientów, gotowość do zmiany, podejmowanie ryzyka itp. Realizowane cele koncentrują się z jednej strony na tradycyjnych obszarach rynku jak i tych, które są oparte na nowych technologiach. Stąd też rozwój umiejętności wykorzystania sztucznej inteligencji, VR, digital marketing, marketing automation i wiele innych stają się ważnymi elementami programu.</p>	
Adresaci kierunku	
<p>Kierunek marketing adresowany jest do osób, które zainteresowane są rozwijaniem w sobie cech analitycznych i zdolności kreatywnego myślenia. Dedykowany jest osobom, które chcą łączyć zdolności wielowymiarowej oceny i konstruktywnej krytyki z innowacyjnością oraz interdyscyplinarnością myślenia.</p> <p>Wstępne wymagania wobec kandydatów obejmują znajomość języka obcego (angielski, niemiecki, rosyjski, francuski) na poziomie podstawowym, zainteresowanie interdyscyplinarną problematyką zarządzania ze szczególnym uwzględnieniem kwestii marketingu.</p>	
Zakres dostarczanej wiedzy, umiejętności i postaw	
<p>Marketing to interdyscyplinarny obszar wiedzy i aktywności praktycznej. Czerpie i korzysta z dorobku psychologii, socjologii, ekonomii, statystyki, rachunkowości, finansów, etnografii czy nawet filozofii. Marketer to osoba o wielostronnej wiedzy i umiejętnościach. Analityczne myślenie, zdolności komunikacji interpersonalnej, empatia, umiejętność rozumienia zachowań innych, kreatywność, innowacyjność, zdolność podejmowania ryzyka, połączona z odpowiedzialnością czy synteza intuicji i doświadczenia to tylko niektóre obszary kompetencji rozwijane podczas zajęć w trakcie studiowania na kierunku marketing.</p>	
Możliwości zatrudnienia	
<p>W rozumieniu Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (Dz. U. z 2014 r. poz. 1145, z uwzględnieniem zmian wynikających z rozporządzenia Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 7 listopada 2016 r., Dz. U. z 2016 r., poz. 1876, tekst jednolity według stanu na dzień 25 stycznia 2018 r., Dz. U.</p>	

z 2018 r. poz. 227) absolwenci kierunku Marketing uzyskają praktyczne przygotowanie zawodowe otwierające przed nimi możliwości zatrudnienia w charakterze:

- Specjalista do spraw badań społeczno-ekonomicznych (242218)
- Autor tekstów i sloganów reklamowych (copywriter) (243102)
- Opiekun marki (brand manager) (243104)
- Specjalista do spraw marketingu i handlu (243106)
- Specjalista do spraw reklamy (243107)
- Specjalista do spraw public relations (243203)
- Specjalista do spraw sprzedaży (243305)
- Menedżer zawartości serwisów internetowych (262205)
- Specjalista marketingu społecznego (263409)
- Pracownik centrum elektronicznej obsługi klienta (332202)
- Pracownik centrum obsługi telefonicznej (pracownik call center) (422201)
- Organizator obsługi sprzedaży internetowej (524402)

Kierunek ten może stanowić podstawę do podjęcia studiów magisterskich (II stopnia) w zakresie nauk społecznych, jeśli tylko wymagania wstępne na to pozwolą. Inną możliwością pogłębiania kwalifikacji są studia podyplomowe czy kursy prowadzone przez uczelnie i inne instytucje naukowo-dydaktyczne.

#### Informacje dodatkowe

Zajęcia na kierunku marketing mają głównie formę interaktywną i projektową. Prace zespołowe, gry strategiczne, symulacje komputerowe itp. to metody dominujące podczas zajęć. Prowadzący łączą wiedzę teoretyczną z aktywnością praktyczną. Realizują oni badania na rzecz praktyki gospodarczej, współpracują z organizacjami takimi jak The Chartered Institute of Marketing, Centrum Mikser Inteligentnych Technologii na Wydziale Zarządzania UŁ, aktywnie kooperują z największymi firmami w Polsce i na świecie. Łącząc wiedzę teoretyczną z doświadczeniem praktycznym, dostarczają studentom aktualną, wiedzę przydatną w zdobyciu niezbędnych umiejętności w sferze marketingu i sprzedaży.