



UNIwersytet
EKONOMICZNY
W POZNANIU



Prezentacja specjalności
Handel i Marketing
14.03.2025

Dobry produkt nie potrzebuje marketingu

- Specjalność Handel i Marketing cieszy się **bardzo dużym zainteresowaniem ze strony studentów**
- **Stosunkowo często** otwierane są **dwie grupy na specjalności HiM**

PLANY ZAJĘĆ

semestr letni 2023/2024



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

PLAN ZAJĘĆ STUDENTA

PLAN ZAJĘĆ PRACOWNIKA

PLAN ZAJĘĆ STUDENTA - semestr letni 2023/2024

Forma studiów	Studia stacjonarne	*
Studia w zakresie	zarządzania	*
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	*
Rok studiów	zarządzanie Rok II handel i marketing grupa 01 zarządzanie Rok II handel i marketing grupa 02 zarządzanie Rok II komunikacja w biznesie grupa 03 zarządzanie Rok II zarządzanie inwestycjami i nieruch. grupa 04 zarządzanie Rok II zarządzanie projektami grupa 05 zarządzanie Rok II zarządzanie przedsiębiorstwami grupa 06	*
Grupa ćwiczeniowa	zarządzanie Rok II handel i marketing grupa 01	*



Przedmioty

- Handel i Marketing to specjalność **przygotowująca do pracy w sektorze handlu**, w działach marketingu i sprzedaży przedsiębiorstw produkcyjnych, handlowych i usługowych.
- Program studiów **uwzględnia także** coraz większe **zapotrzebowanie na wiedzę z zakresu e-marketingu i e-handlu**



Przykładowe przedmioty

„TRADYCYJNE”

- Podstawy marketingu
- Podstawy zarządzania jakością
- Strategia produktu
- Strategia zarządzania dystrybucją
- Strategie cen i marż
- Negocjacje handlowe



„SPECJALNOŚCIOWE”

- Organizacja kampanii reklamowej
- Techniki multimedialne w marketingu
- Testowanie produktu
- Handel elektroniczny
- Merchandising
- Tworzenie wartości dla klienta w e-biznesie



Jesteśmy na bieżąco z wymaganiami rynku pracy



Oferty
pracy

Online Brand Manager

Poznań



Online Brand Manager

L'Oréal · Warszawa

1 tydzień temu · 96 kandydatów

- Orchestrate the launches and push growth of pillar products using their own product, market and consumer expertise, to contribute to continued growth for the brand and the consumer relationship
- Collect and analyse consumer and market insights and competition strategies to make recommendations to management
- Closely cooperate with other departments (Brand Engagement Team, Trade Marketing, Sales & Business, etc.) and partner agencies to build a broader business strategy.
- Implement new launches, maintain growth in pillar products and animate core catalogue
- Propose and monitor marketing mix strategies (IMC/360/Digital/Retail) to build integrated, engaging consumer brand experiences
- Identify new business opportunities based on consumer and market research & data.
- Develop communication based on consumer insights and trends (offline&online).
- Develop brand's activations in cooperation with other departments.
- Adapt global communication materials and creating local assets (imagery, digital, advocacy, POS) with agency support.
- Manage category budget and ensure sales forecast accuracy

You're a perfect match if you:

- Min. 2+ years of marketing experience in brand management.
- Have experience in a fast-paced environment, where power brands are part of your everyday work.
- Have Business analytics, drive and strategic product management experience.
- Like to discover new marketing tools and are always eager to put them in use.
- Have the expertise of consumers insights research and market data analysis.
- Have the ability to work with Nielsen data (nice to have).
- Are highly collaborative with exceptional interpersonal and relationship-building skills.
- Have curiosity, a passion for learning, ability to ask the right questions, and the love for working as part of a team.
- Have ability to work independently, are self-motivation and know how to prioritize and multi-task in a dynamic environment
- Are optimistic and have can-do attitude.
- Are fluent in both Polish and English.

Dostęp do nowoczesnych laboratoriów



<http://www.consumerlab.pl/>

Pokój 304 (Budynek Główny)

Prowadzone badania

Analiza zachowań
konsumentów



Badania z użyciem
eyetrackera



Ankiety i
kwestionariusze



Grupy
dyskusyjne



Wywiady
pogłębione



Badania
biurkowe



Testowanie
produktów



Ocena
opakowań



Analiza
konkurencji



Segmentacja
ryнку



Analiza
sentymentu



Analityka
predykccyjna



SKN Marketing



- „Jesteśmy kreatywną ekipą studencką, pełną pasjonatów marketingu z różnych kierunków. Naszym celem jest rozwijanie umiejętności marketingowych, organizacja wykładów i warsztatów oraz dawanie naszym członkom szansy na zdobycie praktycznego doświadczenia w świecie marketingu, poprzez udział w projektach realizowanych dla firm zewnętrznych!”
- **Jedno z najprężniej działających Kół Naukowych na UEP**

Podział środków UEP na działalność SKN w roku 2024

L.p.	Nazwa SKN	Sprawozdanie za rok 2023 i plan na rok 2024 / UWAGI	Liczba pkt. za rok 2023	Liczba pkt.do finansowania	Przyznane środki na 2024 r. (PLN)
2	Studenckie Koło Naukowe Marketing	tak	415,5	415,5	12686,58

SKN Marketing



(Szpanerskie) tricki w Excelu
Mateusz Boryga, Analityk HR
Grupa Eurocash



29.03.2023

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU

Konferencja biznesowa
Cierpienia młodego przedsiębiorcy, czyli
jak budować markę własną i swojej firmy?



na żywo w Poznaniu
Paweł Tkaczyk
13.06.2023, g. 17:45

BEZPŁATNE WEJŚCIE

SKN marketing | Praktyczna Edukacja | MASTERMINDY BIZNESOWE
KAMIL DYRTKOWSKI EKSPERT KREDYTOWY | CONSUMER LAB | platinum FINANCIAL

Marketing wielokanałowy na smartfonie.
Co o użytkownikach wiedzą aplikacje i jak działają marketingu wykorzystują go w swojej pracy?



02.03.2022 r.
16:45 - 18:15
2.1 CEUE

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU

Mateusz Zawidzki,
Vercom S.A.,
platformy komunikacyjne

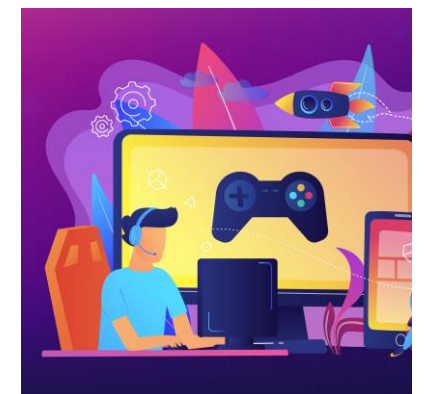
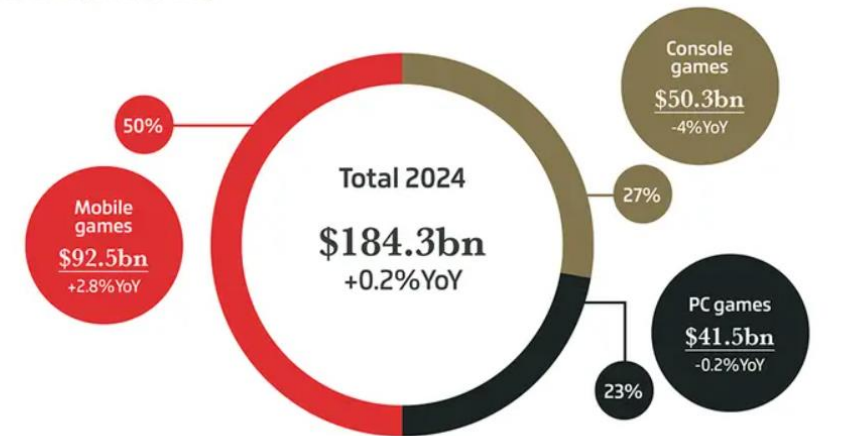


© Jakub Dehmel

Planujemy uruchomienie nowego SKN

- Dostrzegając **ogromny potencjał w branży gamingowej**, już w nadchodzącym roku akademickim (tj. 2025/2026) **planujemy uruchomić nowe Koło Naukowe** zajmujące się szeroko pojętą problematyką branży gamingowej
- **Globalna wartość rynku gamingowego w 2024 roku osiągnęła niemal 184 mld \$** (to niemal 3 razy tyle ile łącznie wypracowały branża muzyczna (28,6 mld \$) i filmowa (33,2 mld \$) w analogicznym okresie)

GLOBAL GAMES
MARKET VALUE
(Source: Newzoo, December 2024)



Ogarniamy AI i Sustainability

- Śledzimy na bieżąco wszelkie **trendy rynkowe** i uwzględniamy je w treści prowadzonych przedmiotów
- Uczymy jak można **zwiększyć efektywność**, poszerzyć swoją wiedzę **i uciec przed rutyną**; działając w sposób **odpowiedzialny i etyczny**



“ Sztuczna inteligencja będzie najlepszą lub najgorszą rzeczą dla ludzkości, musimy nad nią panować.

AI will be the best or worst thing ever for humanity, we need to be in control.

Stephen Hawking
Fizyk

**“WE DO NOT
INHERIT THE EARTH
FROM OUR
ANCESTORS;
WE BORROW IT
FROM OUR
CHILDREN.”**

– Native American Proverb





UNIwersytet
EKONOMICZNY
W POZNANIU

Serdecznie zapraszamy!!!

Zespół Katedry Handlu i Marketingu