



WYŻSZA SZKOŁA
ADMINISTRACJI I
BIZNESU IM.
EUGENIUSZA
KWIATKOWSKIEGO
W GDYNI (WSAiB)

Brak ocen dla tego dostawcy

Akademia Sprzedaży - studia podyplomowe

Numer usługi 2025/05/07/172310/2729603

6 800,00 PLN brutto

6 800,00 PLN netto

36,56 PLN brutto/h

36,56 PLN netto/h

📍 Gdynia / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

📅 Studia podyplomowe

🕒 186 h

📅 18.10.2025 do 30.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Akademia Sprzedaży to nowoczesne studia podyplomowe stworzone z myślą o osobach, które chcą rozwijać swoje kompetencje sprzedażowe, negocjacyjne i menedżerskie. Studia skierowane są do osób, które chcą rozwijać swoje kompetencje w sprzedaży i zarządzaniu zespołem, niezależnie od poziomu doświadczenia. To idealna propozycja dla:

- **Handlowców i doradców klienta**, którzy chcą zwiększyć skuteczność sprzedaży i przygotować się do awansu.
- **Menedżerów sprzedaży i liderów zespołów**, pragnących lepiej zarządzać ludźmi, celami i wynikami.
- **Przedsiębiorców**, którzy budują lub optymalizują strategię sprzedaży w swojej firmie.
- **Osób rozpoczynających karierę w sprzedaży**, które szukają solidnych podstaw, sprawdzonych narzędzi i praktycznego przygotowania do pracy w dynamicznym środowisku.

Program został zaprojektowany tak, by każdy uczestnik – niezależnie od swojego punktu wyjścia – mógł od razu przełożyć zdobytą wiedzę na realne działania biznesowe.

Minimalna liczba uczestników

15

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

15-10-2025

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

186

Zakres uprawnień

studia podyplomowe

Cel

Cel edukacyjny

Usługa Akademia Sprzedaży – studia podyplomowe potwierdza przygotowanie do stosowania zaawansowanych technik sprzedaży B2B i B2C, prowadzenia efektywnych negocjacji handlowych, zarządzania zespołem sprzedażowym, w tym motywowania i delegowania zadań.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA Definiuje etapy procesu sprzedaży i mechanizmy podejmowania decyzji przez klienta.	• wymienia i opisuje 5 kluczowych etapów procesu sprzedaży (np. nawiązanie kontaktu, diagnoza potrzeb).	Prezentacja
	• wyjaśnia wpływ czynników psychologicznych na decyzje zakupowe klienta.	Prezentacja
	• porównuje różnice w procesie sprzedaży B2B i B2C.	Prezentacja
WIEDZA Analizuje role i wyzwania lidera zespołu sprzedażowego.	• Identyfikuje 3 kluczowe obowiązki lidera sprzedaży (np. wyznaczanie celów, motywowanie zespołu).	Test teoretyczny
	• Opisuje metody rozwiązywania konfliktów w zespole.	Test teoretyczny
	• Projektuje plan rozwoju kompetencji dla zespołu sprzedażowego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	• Przeprowadza rozmowę sprzedażową z wykorzystaniem pytań SPIN (Sytuacja, Problem, Implikacja, Potrzeba).	Wywiad ustrukturyzowany
	• Dostosowuje argumentację do typu klienta (np. analityk vs. intuicjonista).	Wywiad ustrukturyzowany
UMIEJĘTNOŚCI Stosuje techniki sprzedaży consultative w rozmowie z klientem.	• Pracuje z obiekcjami klienta, stosując techniki przekształcania zastrzeżeń w korzyści.	Wywiad ustrukturyzowany

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
UMIEJĘTNOŚCI Prowadzi negocjacje handlowe z wykorzystaniem strategii win-win.	• Określa strefy negocjacyjne (BATNA, WATNA, ZOPA).	Test teoretyczny
	• Stosuje techniki aktywnego słuchania i perswazji. • Przygotowuje pisemne podsumowanie uzgodnień po negocjacjach.	Obserwacja w warunkach symulowanych Test teoretyczny
KOMPETENCJE SPOŁECZNE Współpracuje w zespole sprzedażowym, uwzględniając różnice osobowościowe.	• Rozpoznaje style komunikacji członków zespołu (np. wg modelu FRIS®).	Obserwacja w warunkach symulowanych
	• Proponuje rozwiązania wspierające synergię zespołu.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	• Udział w zadaniu grupowym z oceną efektów (np. wspólny projekt sprzedażowy).	Obserwacja w warunkach symulowanych
KOMPETENCJE SPOŁECZNE Demonstruje etyczne postawy w sprzedaży i budowaniu relacji z klientami.	• Identyfikuje i analizuje dylematy etyczne w scenariuszach sprzedażowych (np. presja na klienta, ukrywanie wad produktu).	Wywiad ustrukturyzowany
	• Stosuje zasady transparentnej komunikacji, unikając manipulacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	• Projektuje kodeks etyczny dla zespołu sprzedażowego, uwzględniający standardy branżowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Organizacja studiów (niestacjonarne / online / hybrydowe): **Hybrydowe (40% stacjonarnie / 60% online)**

Liczba punktów ECTS: **31**

Liczba godzin zajęć dydaktycznych: **186**

Język wykładowy: **Polski**

Ilość semestrów: **2 semestry**

Opiekun merytoryczny studiów: **Monika Bruska**

Zajęcia odbywają się około raz w miesiącu, w godzinach od 9:00 do 17:15.

Przewidziane terminy zajęć:

- **18.10.2025 - 19.10.2025**
- **22.11.2025 - 23.11.2025**
- **13.12.2026 - 14.12.2026**
- **17.01.2026 - 18.01.2026**
- **14.02.2026 - 15.02.2026**
- **21.03.2026 - 22.03.2026**
- **11.04.2026 - 12.04.2026**
- **09.05.2026 - 10.05.2026**
- **27.06.2026 - 28.06.2026**

Zajęcia na studiach prowadzone są w formie ćwiczeń, warsztatów, case study oraz multimedialnych wykładów.

Wykładowcami studiów podyplomowych są osoby na co dzień zajmujące się praktycznymi aspektami sprzedaży. Aktywizująca Uczestników forma prowadzenia zajęć pozwoli na wyćwiczenie umiejętności rozwiązywania problemów zarówno przedstawianych przez wykładowcę jak i podnoszonych na bieżąco przez słuchaczy.

Program studiów:

1. Podstawy sprzedaży i psychologia klienta

- Znaczenie sprzedaży w życiu i biznesie
- Jak myśli klient – psychologia decyzji zakupowych
- Emocje i logika w sprzedaży B2B i B2C
- Rola sprzedawcy jako doradcy
- Pierwsze wrażenie i budowanie zaufania

2. Samoświadomość – wstęp do roli sprzedawcy i menedżera

- Diagnoza stylu działania (test FRIS®)
- Wpływ stylu myślenia na relacje i decyzje
- Komunikacja z różnymi typami osobowości
- Moja rola w zespole – pracownik vs. lider
- Talenty i potencjał rozwojowy

3. Wyzwania lidera zespołu sprzedaży

- Wyznaczanie i rozliczanie celów (OKR, MBO)
- Delegowanie zadań i odpowiedzialności
- Prowadzenie trudnych rozmów
- Jasne komunikowanie oczekiwań

- Efektywne spotkania zespołowe

4. Techniki sprzedaży

- Dopasowanie technik do typu klienta
- Proces sprzedaży – krok po kroku
- Badanie potrzeb, prezentacja oferty, praca z obiekcjami
- Finalizacja i zamykanie sprzedaży
- Nowoczesne koncepcje: SPIN, storytelling, KAM

5. Motywowanie i angażowanie zespołu

- Różnice pokoleniowe i zespołowa różnorodność
- Motywacja w praktyce – od teorii do narzędzi
- Praca z osobami zdemotywowanymi
- Długofalowe strategie motywacyjne

6. Efektywność osobista

- Zarządzanie sobą w czasie i energii
- Ustalanie celów i samodyscyplina
- Praca ze stresem i regeneracja
- Techniki poprawiające efektywność

7. Negocjacje – fundamenty skutecznych rozmów

- Modele i etapy negocjacji
- Negocjacje indywidualne i zespołowe
- Typologie negocjacji – branżowe różnice
- Symulacje i studia przypadków

8. Marketing i personal branding w sprzedaży

- Rola marketingu w pozyskiwaniu klientów
- Social selling – LinkedIn, Facebook, content
- Budowanie marki osobistej i zaufania
- Storytelling jako narzędzie sprzedaży

9. Zaliczenie końcowe

Liczba godzin wykładowych i punktów ECTS			
Tematyka poszczególnych przedmiotów	Liczba godzin wykładowych	Wykładowca (Imię, Nazwisko)	Liczba punktów ECTS
Podstawy sprzedaży i psychologia klienta	18	Monika Bruska	3
Samoświadomość i styl myślenia FRIS®	18	Monika Bruska	3
Wyzwania lidera zespołu sprzedaży	18	Marcin Chydziński	3
Techniki sprzedaży	48	Dorota Kabat	8
Motywowanie i angażowanie zespołu	18	Monika Księżak	3

Efektywność osobista	18	Marcin Chydziński	3
Negocjacje	24	Dorota Kabat	4
Marketing i personal branding	24	Karolina Kociołek	4
Zaliczenie końcowe (projekt i prezentacja)		Monika Bruska	
RAZEM:	186		31

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
Brak wyników.						

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	36,56 PLN
Koszt osobogodziny netto	36,56 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 z 5

mgr Monika Bruska

OPIEKUN KIERUNKU

Trenerka, ekspertka ds. rozwoju, konsultantka biznesowa i certyfikowana coach/mentor EMCC, trenerka Action Learning, certyfikowana trenerka FRIS®, absolwentka studiów MBA na Akademii Leona Koźmińskiego.

Posiada ponad 25-letnie doświadczenie, które zdobywała w organizacjach międzynarodowych (Unilever Polska S.A.), jak i polskich firmach (Kamis Przyprawy S.A, Vectra S.A.). Dzięki pracy w różnych sektorach FMCG, farmaceutyczny i telekomunikacyjny dziś wspiera firmy w rozwijaniu skutecznych zespołów handlowych i strategii sprzedażowych. Wspiera organizacje w obszarach związanych z rozwojem, współpracą zespołów, zarządzaniem, mentoringiem i zmianą. Na co dzień prowadzi warsztaty i projekty doradcze, a także szkoli handlowców i menedżerów sprzedaży. Pracując w grupie docenia unikalność każdej napotkanej osoby, dążąc do rozwijania indywidualnego potencjału. Jej zajęcia są intensywne, praktyczne i pełne dobrej energii.



2 z 5

mgr Monika Książak

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku Zarządzanie jakością – Quality Manager oraz Teologii na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Ukończyła również psychologię na Uczelni Biznesu i Nauk Stosowanych Varsovia. W 2017 roku zrealizowała Studia Zawodowego Coachingu z akredytacją International Coach Federation oraz Szkołę Trenerów Biznesu Master Teacher Jacka Wolniewicza, uzyskując tytuł trenera biznesowego z akredytacją Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu.

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie biznesowe. Pracowała w Telekomunikacji Polskiej i Orange, gdzie uczestniczyła w strategicznych projektach Pionu Sieci i Platform Usługowych. Tworzyła dokumentację procesową w obszarze strategii i rozwoju sieci oraz koordynowała działania mające na celu zapewnienie spójności procesów PSiPU z innymi procesami biznesowymi.

Dodatkowo doświadczenie zawodowe zdobywała w różnych sektorach biznesowych, w tym w branżach motoryzacyjnej i produkcyjnej, współpracując z firmami takimi jak Bispol, Skanska, Volvo, Volkswagen, Asseco, IKEA, Główny Urząd Statystyczny (GUS) oraz Centrum Organizacji Informacji (COI). Specjalizuje się w projektowaniu i realizacji dedykowanych programów rozwojowych dla kadry menedżerskiej.



3 z 5

mgr Dorota Kabat

Ekspertka w rozwoju kompetencji sprzedażowych, menedżerskich i organizacyjnych, z ponad 4000 godzinami doświadczenia szkoleniowego i 1000 godzin coachingu. Specjalizuje się w budowaniu skutecznych zespołów sprzedażowych, rozwijaniu umiejętności handlowych oraz wspieraniu menedżerów w osiąganiu celów biznesowych.

Od 2009 roku prowadzi szkolenia, coaching i konsultacje dla firm z branż takich jak motoryzacja, telekomunikacja, IT, FMCG czy produkcja. Współpracowała m.in. z Jafra Cosmetics Poland i Avon Cosmetics Polska, gdzie odpowiadała za rozwój struktur sprzedażowych, zarządzanie zespołami oraz optymalizację procesów sprzedażowych.

W pracy trenerskiej koncentruje się na zwiększaniu efektywności działań handlowych, rozwijaniu kompetencji negocjacyjnych oraz wspieraniu liderów w zarządzaniu zespołami sprzedażowymi. Posiada również doświadczenie jako asesor AC/DC oraz facylitator procesów strategicznych w organizacjach.



4 z 5

mgr Marcin Chydziański

Trener, coach, facylitator, prezenter i HR Business Partner z wieloletnim doświadczeniem w pracy z menedżerami, szczególnie średniego i niższego szczebla. Specjalizuje się w rozwijaniu kompetencji liderskich, budowaniu autorytetu oraz wspieraniu liderów w codziennych wyzwaniach zarządczych – od rozmów dyscyplinujących, przez motywowanie, aż po ocenę i rozwój pracowników.

Wieloletnia praktyka menedżerska oraz doświadczenie sceniczne – zdobywane m.in. podczas

prowadzenia pokazów i wystąpień w całej Europie – pozwala mu skutecznie wspierać zarówno osoby pracujące z zespołami, jak i tych, którzy chcą doskonalić autoprezentację i umiejętność komunikowania się w sposób jasny i inspirujący.

Prowadzi szkolenia od 2007 roku, coachingi od 2011, a od 2017 pracuje również jako HRBP. Jednym z jego kluczowych obszarów jest rozwój trenerów – zrealizował liczne projekty typu „Train the trainers”, bazując na swoim doświadczeniu w prowadzeniu ponad stuosobowego zespołu szkoleniowego.



5 z 5

mgr Karolina Kociołek

Praktyk z zakresu marketingu w mediach społecznościowych, trenerka, entuzjastka digitalu i nowych technologii. Skupiona na poszukiwaniu rozwiązań, które realnie wpływają na rozwiązywanie problemów i

poprawie wyników klientów. Przeprowadziła ponad 1500 godzin szkoleń i warsztatów z zakresu social media

marketingu, AI w marketingu, reklamy w mediach społecznościowych, personal i employer branding,

planowania strategii social media i content marketingowej oraz warsztatów kreatywnych wykorzystujących

podejście design thinking.

Od 2016 związana z marketingiem internetowym. Przeprowadza audyty, współtworzy strategię, doradza i

szkoli. Prowadzi zajęcia z content marketingu, mediów społecznościowych, SEO i strategii digital marketingowej w ramach certyfikowanego kursu Digital Marketing prowadzonego na licencji Digital Marketing

Institute. Doświadczenie zdobywała w agencjach socialmediowych, PR-owych i digitalowych, zajmując

stanowiska od specjalistki i trenerki po team leaderkę. Pracowała z klientami B2B i B2C - zarówno przy

opracowywaniu strategii, jak i egzekucji działań marketingowych. Współpracowała z klientami o bardzo

szerokim profilem - od IT i branży budowlanej, poprzez branżę fashion, beauty i outdoor, aż po instytucje

publiczne i NGO.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymują materiały dydaktyczne w trakcie trwania zajęć. Po ich zakończeniu materiały te są udostępniane na platformie e-learningowej Moodle, co umożliwia łatwy dostęp i powtórkę treści w dogodnym czasie.

Materiały dydaktyczne przygotowywane są przez wykładowców poszczególnych przedmiotów i dostosowywane do potrzeb uczestników oraz specyfiki danego tematu. Obejmują one różnorodne formaty, które wspierają efektywną naukę, takie jak:

- skrypty w formacie PDF,
- e-podręczniki z zakresu sprzedaży,
- konspekty i ćwiczenia do samodzielnej pracy,
- oraz dostęp do platformy Moodle z pełnym zestawem materiałów po zakończeniu zajęć.

Warunki uczestnictwa

Studia adresowane są do absolwentów wszystkich kierunków studiów, posiadających co najmniej dyplom na poziomie licencjackim, inżynierskim lub magisterskim.

O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Ważna informacja: W przypadku niewystarczającej liczby zgłoszeń, Uczelnia (Dostawca Usług) zastrzega sobie prawo do odwołania edycji studiów.

Informacje dodatkowe

W ramach oferowanych studiów, uczestnicy mają możliwość skorzystania z **diagnozy FRIS®**, co stanowi wartościowy element wsparcia w procesie rozwoju osobistego i zawodowego.

Warunki techniczne

Zajęcia stacjonarne

Zjazdy odbywają się w siedzibie Uczelni. Sale są wyposażone w:

- rzutniki multimedialne
- nowoczesne ekrany projekcyjne
- komputery
- dostęp do Wi-Fi

Zajęcia online

Zalecenia techniczne do udziału w zajęciach online

Zajęcia prowadzone są na platformie Microsoft Teams. Można z niej korzystać:

- poprzez zainstalowaną aplikację (na komputerze, laptopie, smartfonie lub tablecie)
- przez aktualną wersję przeglądarki internetowej (np. Chrome, Edge, Firefox, Safari)

Zalecany sprzęt

1. Komputer / laptop:

- Procesor: minimum dwurdzeniowy 1,6 GHz (np. Intel Core i3 lub AMD Ryzen 3)
- RAM: co najmniej 4 GB (zalecane 8 GB)
- System operacyjny: Windows 10 lub nowszy, macOS 11 lub nowszy, Linux z aktualną przeglądarką
- Karta graficzna: kompatybilna z DirectX 9 lub nowszym (dla Windows: WDDM 2.0)
- Kamera internetowa: minimum 720p (HD) – opcjonalna, ale zalecana
- Mikrofon i głośniki: wbudowane lub zestaw słuchawkowy

2. Smartfon / tablet (alternatywnie):

- System: Android 10 lub nowszy, iOS 13 lub nowszy
- RAM: minimum 2 GB
- Kamera przednia: co najmniej HD (720p)
- Stabilne połączenie internetowe

Połączenie internetowe

- Minimalna prędkość pobierania (download): 1,5 Mbps
- Minimalna prędkość wysyłania (upload): 1,5 Mbps
- Zalecana prędkość: minimum 3 Mbps w każdą stronę, jeśli z sieci korzysta kilka osób
- Stabilność: najlepiej połączenie przewodowe (Ethernet) lub Wi-Fi 5 GHz
- Opóźnienia (ping): najlepiej poniżej 100 ms

Adres

ul. Kielecka 7
81-303 Gdynia
woj. pomorskie

Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni dysponuje dwoma nowoczesnymi kampusami zlokalizowanymi przy ul. Kieleckiej 7 i Łużyckiej 2B. Oba znajdują się w doskonałej lokalizacji blisko centrum miasta, na pograniczu Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego, obok kolejki miejskiej i węzła komunikacyjnego, co zapewnia wygodny dojazd. Uczelnia dysponuje własnymi bezpłatnymi parkingami dla studentów i wykładowców, a bliskość Centrum Riviera jest dodatkowym udogodnieniem. Przestronne kampusy dostosowane są dla osób z niepełnosprawnościami. Budynki znajdują się w niedalekiej odległości od plaży i morza, w nowoczesnej, biznesowej części Gdyni.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Nowoczesny kampus dostosowany jest dla osób z niepełnosprawnościami

Kontakt



Aleksandra Molesta

E-mail podyplomowe@wsaib.pl

Telefon (+48) 586 607 428