

KIERUNEK STUDIÓW	LICZBA GODZIN WYKŁADÓW	LICZBA GODZIN ĆWICZEŃ	LICZBA PUNKTÓW ECTS	
<b>Moduł 1: Branża i plany marketingowe</b>				
SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA I MARKETING SEKCJOWY	1	0	4	
MARKETING SEKCJOWY I SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA A	1	0		
MARKETING SEKCJOWY I SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA -	2	0		
MARKETING SEKCJOWY W GOSPODARSTWIE RYNKOWYM	2	0		
BRANŻOWOŚĆ	1	0		
ROZDZIAŁY PLANÓW MARKETINGOWYCH	8	0		
BRANŻOWE NOWOŚCI	1	0		
MARKETING SEKCJOWY W GOSPODARSTWIE RYNKOWYM	2	0		
PROSPEKTYWY BRANŻY	2	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>20</b>	<b>0</b>		
<b>Moduł 2: System biznesu</b>				
ETAPY BIZNESU - PLAN ROZWOJU I DETERMINANTY	1	0		4
ELEMENTY ŚWIADOMOŚCI KĄDZIEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	1	0		
REGUŁY SUKCESU DEL PLAN LISTA KONTAKTÓW 7	1	0		
WYKORZYSTANIE CELEW	2	0		
STRATEGIA PRACY Z NOWYM PARTNEREM	2	0		
PLANOWANIE, KONTRAKTOWANIE, KODEKS HONOROWY	2	0		
PROFESJONALNA LISTA KONTAKTÓW / REKOMENDACJE	2	0		
SKUTECZNA ROZMOWA TELEFONICZNA - PODSTAWOWE	2	2		
PROFESJONALNA PREZENTACJA ONLINE I OFFLINE	2	2		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>15</b>	<b>4</b>		
<b>Moduł 3: Skuteczna komunikacja</b>				
STRUKTURA I - KULCZ DO POZNANIA A SAMEGO SIEBIE	4	2	4	
NEUROKOMUNIKACJA PODSTAWOWA UMIEJĘTNOŚCIA W	6	0		
STRUKTURA I - KULCZ DO POZNANIA DRUGIEGO	5	2		
WYKORZYSTANIE BARIER KOMUNIKACYJNYCH	2	1		
KLUCZOWE TEMY MOJEJ PRZESŁANIECZOŚCI	2	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>19</b>	<b>5</b>		
<b>Moduł 4: Sprzedaż</b>				
WYKORZYSTANIE LEJÓW SPRZEDAŻOWYCH W	3	0	10	
KULTURA W BIZNESIE	2	0		
ANALIZA I OKREśWIENIE POTRZEB KONTAKTOWYCH	3	2		
STRUKTURA I - KULCZ DO POZNANIA KLIENTA	6	3		
WYKORZYSTANIE ENERGETYCZNA I EMOCJONALNA WPRZY	2	0		
SKUTECZNA ROZMOWA SPRZEDAŻOWA - PODSTAWOWE	2	1		
PRACA Z OŚWIETLENIE	2	0		
WYKORZYSTANIE MOMENTUM	2	0		
ETYKA W BIZNESIE	2	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>24</b>	<b>6</b>		
<b>Moduł 5: Rekrutacja</b>				
REKRUTACJA WIELKICH FIRMY I ZĘBY KORZYŚCI W	2	2		1
SKUTECZNA ROZMOWA REKRUTACYJNA - PODSTAWOWE	2	3		
REKRUTACJA ONLINE - JAK REKRUTOWAĆ PRZEZ MEDIA	3	3		
JAK REKRUTOWAĆ OSOBY KLUCZOWE FIRMY (BYW)	2	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>9</b>	<b>6</b>		
<b>Moduł 6: Psychologia biznesu</b>				
PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY SUKCESU	2	1	10	
PRACA Z PRZEKONANIAMI	2	1		
MASTWIENIE LIDERA	2	1		
OWIADANIE PSYCHOLOGICZNA W BIZNESIE	2	1		
WORK LIFE BALANS W ŻYCIU SPRZEDAŃCOWY	1	1		
INTELEGENCJA EMOCJONALNA	2	1		
COACHING I MENTORING W NETWORK MARKETINGU	3	2		
WYKORZYSTANIE SIŁY SIŁY	6	3		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>19</b>	<b>11</b>		
<b>Moduł 7: Przywództwo</b>				
CZY JEST PRZYWÓDZTWO W BRANŻY - JAK BYĆ	2	0		15
AKTYWNA ROLA LIDERA - PRACA Z KADRA I DELEGOWANIE	3	0		
PLANOWANIE PRACY Z ZESPÓŁEM	2	2		
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE STRUKTURAMI	2	0		
AUTOMOTYWACJA, WALKA Z PROWASTYACJA	2	2		
Przywództwo Sytuacyjne w Praktyce: Wzrosty i Dymalsje	10	3		
STORYTELLING	3	3		
ELEMENTY PROFESJONALNE I PREZENTACJI - SPRZEDAŻ I	2	1		
WYSTĄPIENIE PUBLICZNE - Sposoby	3	7		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>29</b>	<b>18</b>		
<b>Moduł 8: Zarządzanie</b>				
ZARZĄDZANIE WYNIKAMI I KPI W NETWORK MARKETINGU	2	2	16	
ORGANIZACJA	4	3		
ZARZĄDZANIE FIRMĄ SPRZEDAŃCZĄ BEZPOŚREDNIE I	3	0		
ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM SPRZEDAŃCZĄ	5	0		
ZARZĄDZANIE KORPORACYJNE - WPROWADZENIE	2	0		
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE W KORPORACJACH	2	0		
ZARZĄDZANIE KORPORACYJNE - STRES MANAGEMENT	1	0		
ZARZĄDZANIE KORPORACYJNE - IMPLEMENTACJA	1	0		
ZARZĄDZANIE - PROJEKTOWANIE JAKOŚCI DREWISTYCZNE I	3	0		
ZARZĄDZANIE CZASEM	9	0		
ZARZĄDZANIE SIŁĄ W CZASIE	2	1		
ZARZĄDZANIE OFERTĄ - CELE OFERTOWE A CELE	2	0		
LITERYWALNE WYKORZYSTANIE ROZDUMI ZAŁOŻENIA	3	0		
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE STRUKTURAMI	3	0		
STRATEGIA ROZWIĄZANIA DROGI	2	0		
PRACA Z KADRA DANYCH KLIENTÓW	2	0		
ZOJALNE ZARZĄDZANIE ZESPÓŁEM I TWORZENIE	2	1		
TYPOWE BŁĘDY W MLM - CZEGO UNIKAĆ A CZEGO ROBIĆ	3	0		
ROZWOJ NOWYCH RYNKÓW	2	0		
PSYCHOLOGIA ZARZĄDZANIA	2	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>55</b>	<b>7</b>		
<b>Moduł 9: Social media</b>				
MARKA OSOBIŚCISTA	2	1		4
NOWOCZESNE STRATEGIE SPRZEDAŃCZĄ	0	3		
WYKORZYSTANIE SIOŁ ALI MEDIÓW W BRANŻY	3	1		
WZROSTANIE LIDERA W MEDIACH - BUDOWA IMAGE A	2	0		
SOCIAL MEDIA - MAKSYMALNE ZASIEGI I SKUTECZNA	2	0		
ZJAWISKO SOCIAL BELLINGU ORAZ DROGIESTYKTY	6	0		
SOCIAL MEDIA W ZAWODZIE NETWORKERA	3	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>18</b>	<b>5</b>		
<b>Moduł 10: Narzędzia wspierające</b>				
AUTOMATYZACJA PROCESÓW BIZNESOWYCH - CRM I NIE	2	0	4	
SYSTEMY INFORMACYJNE W ZARZĄDZANIU	3	0		
NARZĘDZIA DIGITALOWE WSPERANIE ZARZĄDZANIE	2	0		
METODYKA PRZEMIAŁY I RYCY WYKORZYSTANIE	3	0		
SKALOWANIE BIZNESU	2	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>12</b>	<b>0</b>		
<b>Moduł 11: AI w biznesie</b>				
WYKORZYSTANIE SZTUCZNEJ INTELIGENCJI W BRANŻY	4	1	1	
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>4</b>	<b>1</b>		
<b>Moduł 12: Prawo i ekonomia</b>				
REGULACJE PRAWNE W BRANŻY	2	0	9	
ROKWIET	3	0		
PODSTAWY PRAWA OBYWATELNEGO, HANDELOWEGO	4	0		
RACHUNKOWOŚĆ	1	0		
OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH I	3	0		
PRAWO GOSPODARSTWA - PRAWO SPOŁEK KAPITAŁOWYCH	2	0		
PODSTAWY EKONOMII	3	0		
PRAWO ROBOTNICZE	2	0		
PRAWO GOSPODARSTWA UE W ZAKRESIE ZWIĄZANYCH Z	4	0		
SYSTEMY OSR - STANOWISKO ETYKI I	3	0		
RACHUNKOWOŚĆ ZARZĄDZANIA	2	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>29</b>	<b>0</b>		
<b>Moduł 13: Finanse przedsiębiorstw</b>				
ROLA FINANSÓW W POLITYCE SPOŁECZNEJ I I	1	0	2	
FINANSY PRZEDSIĘBIORSTW	3	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>4</b>	<b>0</b>		
<b>Moduł 14: Rady Nadzorcze i Zarządy spółek</b>				
ROZWIĄZYWANIE KONFLIKTÓW - TRENING	0	5	6	
KODEKS SPOŁEK HANDELOWYCH - ROLA NADZORCZA	1	0		
FIRMA NETWORK MARKETINGOWA OCZYSZCZANIE WŁAŚCICIELA	3	0		
PROCEDURA WEJŚCIA SPOŁEK NA RZELBE PARTNERÓW	1	0		
MARKA O OSOBNOWYCH WARTOŚCIACH I SPOŁECZNEJ	2	0		
MIĘDZYNARODOWE SPOŁECZNE BIZNESOWE	2	0		
AUDYT W ADMINISTRACJI	2	0		
OBOWIĄZKI RADY NADZORCZEJ	1	0		
<b>RAZEM W MODULE</b>	<b>12</b>	<b>5</b>		
<b>STUDIÓW</b>	<b>265</b>	<b>67</b>		<b>90</b>