

Plan sesji XXIX Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji, 11-13.09.2023 Kraków

Poniedziałek 11.09.2023

Sesja plenarna

godz. 12.15 – 13.45

Marketing wobec globalnych wyzwań współczesnego świata – przegląd problemów i sposoby podejścia

Moderatorzy:

Prof. dr hab. Jan W. Wiktor, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Tekst konferencyjny: *Marketing behawioralny – elementy koncepcji i argumenty w dyskusji*

Prof. dr hab. Ewa Frąckiewicz, Uniwersytet Szczeciński

Tekst konferencyjny: *Wyłączenie cyfrowe a ograniczenia korzystania z mediów społecznościowych – generacja BB a generacja Z*

Uczestnicy dyskusji:

Prof. dr hab. Aniela Styś, Uniwersytet WSB Merito Wrocław

Tekst konferencyjny: *Zachowania rynkowe przedsiębiorstw w sytuacjach kryzysowych*

Prof. dr hab. Anna Dąbrowska, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Tekst konferencyjny: *Społeczna odpowiedzialność konsumenta wsparciem czy wyzwaniem dla działań marketingowych przedsiębiorstw*

Dr hab. Ewa Jerzyk, prof. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Tekst konferencyjny: *Konsument 4.0 jako podmiot interwencji behawioralnych z wykorzystaniem smart devices, ukierunkowanych na zrównoważoną konsumpcję żywności* (współautorki: dr Anna Rogala, dr hab. Renata Nestorowicz, prof. UEP)

Prof. dr hab. Tomasz Domański, Uniwersytet Łódzki

Tekst konferencyjny: *Strategie marketingowe dużych sieci handlowych wobec globalnych wyzwań cywilizacyjnych XXI wieku*

Dr hab. Marcin Lipowski, prof. UMCS, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Dr hab. Grzegorz Maciejewski, prof. UE, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Tekst konferencyjny: *Konsument po pandemii, Rezultaty badań empirycznych*

Poniedziałek 11.09.2023

Sesje tematyczne (równoległe)

godz. 15.30 – 17.00

Marketing wobec sytuacji kryzysowych

Moderator: Prof. dr hab. Marzanna Witek-Hajduk

- Prof. dr hab. inż. Magdalena Grębosz-Krawczyk
Postrzegana autentyczność marki odpowiedzią na współczesne kryzysy, Politechnika Łódzka
- Dr inż. Katarzyna Łazorko
Employer branding w czasach kryzysu, Politechnika Częstochowska
- Dr hab. Barbara Mróz-Gorgoń, prof. UEW
Mgr Łukasz Pacek
Mgr Anna Andrych
Modele zarządzania i architektura procesów zarządzania w turbulentnym otoczeniu – na przykładzie sektora bankowego w Polsce, UEW, Wrocław
- Dr Elwira Duś-Prieto
Dr Karolina Małagocka
Dr Chrystyna Misiewicz
Determinanty bojkotów konsumenckich w świetle istniejącego dorobku naukowego, Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa
- Dr Anna Irena Szymańska
Sharing economy w warunkach kryzysu gospodarczego, UEK, Kraków
- Dr inż. Arkadiusz Manikowski
Społeczne i ekonomiczne aspekty problemu dostępu do gotówki, Uniwersytet Warszawski
- Dr hab. Robert Kozielski, prof. UŁ
Marka budowana na wartościach w czasach zmian i niepewności – utopia czy strategiczna przezorność, Uniwersytet Łódzki

Transformacja cyfrowa marketingu

Moderator: Dr hab. Marcin Gębarowski, prof. UEK

- Dr hab. Mariusz Trojanowski, prof. UW
Mgr Edyta Barmentloo
Nowe pojęcia w marketingu, analiza porównawcza - Technologia dla marketingu a MarTech, Uniwersytet Warszawski
- Dr Marcin Awdziej
Mgr Dagmara Plata-Alf
Dr Jolanta Tkaczyk
Metaversum – istota, wątki badawcze i potencjał wykorzystania w marketingu, Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa
- Dr hab. Witold Kowal, prof. UEW
Marketing metrics – perspektywa marketingu offline vs marketing online, UEW, Wrocław
- Dr Iwona Czerska
Transformacja cyfrowa w ochronie zdrowia i jej wymiar marketingowy, UEW, Wrocław
- Dr Krzysztof Kapera
Oczekiwania pracodawców względem pracowników zatrudnionych na stanowiskach w obszarze e-marketingu na podstawie analizy ogłoszeń rekrutacyjnych, UEK, Kraków

Pandemia a zachowania konsumenta

Moderator: Dr hab. Radosław Mącik, prof. UMCS

- Dr hab. Paweł Chlipała, prof. UEK
Dr hab. Agnieszka Żbikowska, prof. UEK
Badanie zachowań konsumentów w kryzysie – aspekty terminologiczne, metodyczne i empiryczne,
UEK, Kraków
- Dr Piotr Cyrek
Zmiany w stylach zakupowych klientów handlu detalicznego w kontekście pandemii COVID-19,
Uniwersytet Rzeszowski
- Mgr Kelaniyage Shihan Dilruk Fernando
Zakupy mobilne przed covid-19 i zamiar kontynuowania zakupów mobilnych po erze covid-19, Badanie empiryczne według kryterium płci,
Uniwersytet Szczeciński
- Dr hab. Beata Kolny, prof. UE
Aktualny stopień zaspokojenia potrzeb realizowanych w czasie wolnym przez Polaków w porównaniu do okresu przed pandemią COVID-19,
UE, Katowice
- Dr hab. Izabela Michalska-Dudek, prof. UEW
Dr Daria E. Jaremen
Strategie zakupowe klientów biur podróży w obliczu pandemii COVID-19; Lojalność klientów biur podróży w czasie pandemii COVID -19,
UEW, Wrocław

Znaczenie marketingu w budowaniu przewagi konkurencyjnej

Moderator: Prof. dr hab. Iga Rudawska

- Mgr Donata Wilczewska
Kompetencje marketingowe a efektywność działań rynkowych w świetle zasobowej teorii budowania przewagi konkurencyjnej,
questus - CIM
- Dr hab. inż. Dariusz Dąbrowski
Kształtowanie nowego produktu z perspektywy tworzenia przewagi konkurencyjnej,
Politechnika Gdańska
- Dr inż. Ewa Prymon-Ryś
Wdrażanie i ocena wybranego narzędzia CRM do zarządzania relacjami z interesariuszami w projekcie innowacyjnym,
AGH, Kraków
- Dr hab. Anetta Pukasz, prof. UEW
Dynamika otoczenia – wpływ na przewagę konkurencyjną firmy usługowej z perspektywy dynamicznych zdolności CRM,
UEW, Wrocław
- Dr Kalina Grzesiuk
Korzyści wizerunku odpowiedzialnego pracodawcy na poziomie organizacji oraz postaw i zachowań jej pracowników,
UMCS, Lublin

Wtorek 12.09.2023

Sesje tematyczne (równoległe)

godz. 9.00 – 10.30

Marketing wobec zrównoważonego rozwoju

Moderator: Dr hab. Anna Maria Nikodemka-Wołowik, prof. UG

- Dr Joanna Karwowska
Ochrona środowiska we współczesnym marketingu – podstawy teoretyczne a praktyka rynkowa na przykładzie opakowania, SGH, Warszawa
- Dr hab. Diana Dryglas
Posmakuj Kraków w rytmie slow czyli produkt slow food jako wyróżnik w budowaniu lokalnej tożsamości miejscowości turystycznej, AGH, Kraków
- Dr Marek Kruk
Zjawisko greenwashingu w ekomarketingu i jego wpływ na doświadczenia klientów, Uniwersytet w Białymstoku
- Mgr Karolina Sęczkowska
Marketing ekologiczny jako odpowiedź na globalne wyzwania współczesnego świata i potrzeb konsumentów w kontekście greenwashingu i rozwoju zrównoważonego, UEK, Kraków
- Dr inż. Joanna Wyrwisz
Komunikowanie wartości zaangażowania marki w zrównoważony rozwój, Politechnika Lubelska
- Dr Wioletta Krawiec
Dr Anna Sibińska
Prof. dr hab. Wojciech Grzegorzcyk
Konceptualizacja i determinanty tworzenia koncepcji wartości wspólnej. Wyniki badania delfickiego, Uniwersytet Łódzki

Współczesne trendy rozwoju handlu

Moderator: Dr hab. Grzegorz Hajduk, prof. UR

- Prof. dr hab. Felicjan Bylok
Wpływ kultury na zachowanie konsumenckie online w e-commerce, Politechnika Częstochowska
- Dr hab. Ilona Lipowska
Ewolucja portfela kanałów sprzedaży detalisty wielokanałowego – identyfikacja wyzwań, UMCS, Lublin
- Dr Ewa Kiczmachowska
Dr Paweł de Pourbaix
Prof. dr hab. Dariusz Jemielniak
Różnicowanie cen w handlu detalicznym: aktualne praktyki w handlu wielokanałowym online i offline, Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa
- Prof. dr hab. Grzegorz Karasiewicz
Wojciech Jędral
Dostawa produktu w handlu elektronicznym – kreowanie postrzeganej wartości dla klienta, Uniwersytet Warszawski; SGH, Warszawa
- Mgr Przemysław Luberda
Znaczenie paczkomatów w procesie zakupu konsumentów oraz ich rola w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw handlowych, UE, Katowice
- Mgr Agnieszka Laskowska
Niesamodzielny użytkownik internetu jako konsument e-commerce, Politechnika Lubelska

godz. 11.00 – 12.30

Konsument wobec zrównoważonego rozwoju

Moderator: Dr hab. Renata Nestorowicz, prof. UEP

- Dr inż. Anita Proszowska
Marketing zrównoważony – wizerunek w oczach polskich studentów i przewidywane kierunki rozwoju, AGH, Kraków
- Dr inż. Anna Niedzielska, Dr inż. Joanna Piłka-Małachowska
Spoleczne i ekologiczne problemy współczesnego świata w percepcji uczestników konkursu organizowanego w ramach Festiwalu Reklamy Społecznej „Trzy światy – świat realny, świat opowiadany, świat wirtualny”, Politechnika Częstochowska
- Dr Anna Rogala, Dr hab. Renata Nestorowicz, prof. UEP
Dr hab. Ewa Jerzyk, prof. UEP
Konsument 4.0 jako podmiot interwencji behawioralnych z wykorzystaniem smart devices, ukierunkowanych na zrównoważoną konsumpcję żywności, UEP, Poznań
- Mgr Marta Szaban, Dr Piotr Gaczek
Typ firmy i gotowość konsumentów do zapłacenia premii cenowej za ekologiczne towary FMCG: moderująca rola odpowiedzialności za środowisko, UEP, Poznań
- Dr inż. Dagna Siuda
Wpływ proekologicznego charakteru opakowań na intencje zakupowe młodych dorosłych, Politechnika Łódzka
- Dr inż. Marzena Lemanowicz, Dr Anna Jasiulewicz
Marnotrawstwo żywności w gospodarstwach domowych w Polsce, a zrównoważona konsumpcja, SGGW, Warszawa
- Dr Grzegorz Wesołowski, Dr inż. Sebastian Białoskurski
Mgr Paulina Królik
Determinanty decyzji zakupowych produktów ekologicznych w opinii młodych nabywców, KUL, Lublin; Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

Nowoczesne narzędzia komunikacji marketingowej

Moderator: Prof. dr hab. Aldona Glińska-Neweś

- Prof. dr hab. Bogdan Gregor, Mgr Aneta Olejniczak
Postawy konsumentów wobec influencer marketingu w branży beauty na platformach Instagram i YouTube (analiza porównawcza), Uniwersytet Łódzki
- Dr Robert Nowacki
Reklama internetowa jak przejaw wykorzystania nowoczesnych technologii w oddziaływaniu na pokolenia Z, Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna, Warszawa
- Dr Elżbieta Wąsowicz-Zaborek
Diagnoza badań nad treściami generowanymi przez użytkowników w sieci w sektorze usług: analiza bibliometryczna i systematyczny przegląd literatury, SGH, Warszawa
- Dr Dominika Kaczorowska-Spychalska,
Obcując z generatywną AI, Uniwersytet Łódzki
- Dr hab. Małgorzata Karpińska-Krakowiak, prof. UŁ
Międzykulturowe skutki humoru w reklamie. Meta-analiza, Uniwersytet Łódzki
- Dr Anna Mazurkiewicz-Pizło
Media społecznościowe w przemyśle winiarskim, AWF, Warszawa
- Mgr Maria Bajak, Mgr Łukasz Spindel
Problem zrównoważonego podejścia do zintegrowanej komunikacji marketingowej, UEK, Kraków
- Dr hab. Katarzyna Sanak-Kosmowska, prof. UEK
(R)ewolucja czy zmierzch influencer marketingu?, UEK, Kraków
- Mgr Joanna Sobura
Czas na bycie prawdziwym. Analiza i potencjał wykorzystania aplikacji BeReal w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw, UEK, Kraków

Wtorek 12.09.2023

Sesja panelowa

godz. 16.30 – 18.00

Uwarunkowania i zagrożenia zachowań współczesnego konsumenta – spojrzenie interdyscyplinarne

Moderator:

Dr hab. Paweł Chlipała, prof. UEK, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Katedra Marketingu

Tekst konferencyjny: *Badanie zachowań konsumentów w kryzysie – aspekty terminologiczne, metodyczne i empiryczne* (współautor: dr hab. Agnieszka Zbikowska, prof. UEK)

Uczestnicy dyskusji panelowej:

Prof. dr hab. Dominika Maison, Uniwersytet Warszawski, Katedra Psychologii Biznesu i Innowacji Społecznych

Prof. dr hab. Krystna Mazurek-Łopacińska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Katedra Badań Marketingowych

Tekst konferencyjny: *Media społecznościowe w komunikacji wewnętrznej przedsiębiorstw na współczesnym rynku — na podstawie wyników badań ankietowych*

Prof. dr hab. Felicjan Byłok, Politechnika Częstochowska, Katedra Socjologii Stosowanej i Zarządzania Zasobami Ludzkimi

Tekst konferencyjny: *Wpływ kultury na zachowanie konsumenckie online w e-commerce*

Dr hab. Jarosław Flis, prof. UJ, Uniwersytet Jagielloński, Zakład Badań nad Mediatyzacją

Środa 13.09.2023

Sesje tematyczne (równoległe)

godz. 9.00 – 10.30

Znaczenie konsumenckich postaw wobec gospodarki współdzielonej

Moderator: Dr hab. inż. Mariola Grzybowska-Brzezińska, prof. UWM

- Dr hab. Wiesława Kuźniar, prof. UR
Dr hab. Bogdan Wierziński, prof. UR
Mgr Dorora Schmeissner
Aktywność konsumentów w zakresie konsumpcji współdzielonej i jej determinanty na przykładzie polskich i niemieckich konsumentów, Uniwersytet Rzeszowski
- Dr Justyna Ziobrowska-Sztuczka
Gospodarka współdzielenia a zrównoważona konsumpcja, Uniwersytet Wrocławski
- Dr Piotr Zaborek
Dr Anna Kurzak-Mabrouk
Uczestnictwo w grupach społecznościowych jako siła napędowa zachowań zrównoważonych, SGH, Warszawa; Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa
- Dr Agnieszka Wiśniewska
Zaufanie do marek zrównoważonych jako predyktor intencji konsumentów na rynku spożywczym, Uniwersytet Warszawski
- Dr Magdalena Daszkiewicz
Inkluzywne kampanie marketingowe – od różnorodności przez wzmocnianie do włączenia konsumentów, UEW, Wrocław

Współczesne narzędzia badań konsumenckich i edukacji marketingowej

Moderator: Dr hab. Paweł Waniowski, prof. UEW

- Dr inż. Jan Laskowski
Mgr Agnieszka Laskowska,
Mgr inż. Paweł Tomiło
Wykorzystanie spektroskopii w bliskiej podczerwieni w badaniach marketingowych, Politechnika Lubelska
- Dr Michał Ścibor-Rylski
Wprowadzanie grywalizacji do kwestionariuszy CAWI jako sposób na uzyskiwanie bardziej rozbudowanych odpowiedzi w pytaniach otwartych Uniwersytet Warszawski
- Mgr Anna Głowacz
Sposoby wykorzystania big data w różnych obszarach marketingu, UMCS, Lublin
- Mgr Dagmara Plata-Alf,
Dr Przemysław Tomczyk
Mapowanie bibliograficzne i mapowanie zmiennych jako metoda kształcenia studentów marketingu – zarys problematyki, Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa
- Dr hab. Katarzyna Dzięwanowska, prof. UW
Dr hab. Agnieszka Kacprzak, prof. UW
Współtworzenie wartości a doświadczenie e-learningu: rola zaangażowania studentów, Uniwersytet Warszawski
- Dr Joanna Macalik
Marka osobista – instrukcje użytkownika. Czy młodzi profesjonalści chcą i muszą uczyć się personal branding?, UEW, Wrocław

godz. 11.00 – 13.00

Zachowania konsumentów – obszary i wyniki badań

Moderator: Dr hab. Marcin Komor, prof. UE

- Mgr Robert Jadach, Prof. dr hab. Mirosława Pluta-Olearnik
Postrzeganie globalności i lokalności marki – analiza bibliometryczna,
UEW, Wrocław
- Prof. dr hab. Irena Ozimek
Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów i niedozwolone klauzule umowne w świetle wymagań prawnych i działań Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
SGGW, Warszawa
- Dr hab. Marcin Komor, prof. UE, Mgr Anna Wójcik
Zachowania zakupowe w kanałach offline i online,
UE, Katowice
- Dr Paweł Wójcik
Strategie redukcji przez konsumentów rozbieżności pomiędzy „ja-realnym” i „ja-idealnym”,
Uniwersytet Warszawski
- Dr hab. Magdalena Ankiel, prof. UEP, Prof. dr hab. Bogdan Sojkin,
Mgr Anna Kuczyńska
Zadowolenie konsumentów z usług medycyny estetycznej opartych na innowacjach technologicznych,
UEP, Poznań
- Dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka
Wiedza konsumenta o produkcie jako determinanta postrzegania przydatności recenzji internetowych o różnej walencji,
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
- Dr Dominika Jakubowska, Prof. dr hab. Anna Dąbrowska
Dr hab. inż. Bogdan Pacholek, Dr inż. Sylwia Sady
Zachowana nabywcze pokolenia Z na rynku żywności tradycyjnej: wpływ wybranych cech socjodemograficznych,
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn; UEP, Poznań
- Dr Magdalena Dołhasz
Postawy konsumentów wobec reklamy telewizyjnej na przykładzie polskiej Generation Silver,
UEK, Kraków

Uwarunkowania branżowe marketingu

Moderator: Dr hab. Robert Kozielski, prof. UŁ

- Dr Ewa Kasperska
Wykorzystanie narzędzi promocji marketingowej w wizerunkowych działaniach polskich miast,
Politechnika Koszalińska
- Mgr Justyna Krawczyk
Marketing w bibliotece na przykładzie działalności miejskiej biblioteki publicznej w Tychach,
UE, Katowice
- Mgr Przemysław Parasiak
Zarządzanie komunikacją przez Urząd Miasta Stargard z perspektywy mieszkańców,
Uniwersytet Szczeciński,
- Dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UEW
Nowe trendy i wyzwania dla marketingu instytucji kultury w kontekście rozwoju platform streamingowych i wirtualizacji uczestnictwa w kulturze,
UEW, Wrocław
- Dr hab. inż. Bogdan Pacholek, Nikola Dłużniewska, Aleksandra Kaczmarek
Dr inż. Sylwia Sady, Dr Dominika Jakubowska
Postrzeganie wody filtrowanej przez polskich konsumentów,
UEP, Poznań; Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn
- Dr hab. inż. Artur Kisiołek, prof. WASE, Mgr Marcin Gurtatowski
Kompozycja instrumentów marketingowych na rynku materiałów budowlanych w warunkach otoczenia organizacyjnego VUCA,
Wielkopolska Akademia Społeczno-Ekonomiczna, Środa Wielkopolska; UEP, Poznań
- Dr inż. Konrad Żak
Ograniczenia aktywności marketingowej na aptecznym rynku farmaceutycznym – implikacje dla aptek ogólnodostępnych w Polsce,
Akademia Białska Nauk Stosowanych, Biała Podlaska
- Dr Anna Napiórkowska, Dr Piotr Zaborek, Dr Anna Grudecka
Prof. dr hab. Marzanna Witek-Hajduk
Różnice kultur narodowych a motywacje darowizn na platformach crowdfundingowych – spostrzeżenia dla strategii marketingowych organizacji pozarządowych,
SGH, Warszawa
- Dr Beata Żelazko
Implementacja idei smart marketing przez podmioty wytwarzające kosmetyki,
SGH, Warszawa

