



XXVII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji

Horyzonty wiedzy. Marketing – Handel – Konsumpcja

PROGRAM KONFERENCJI

Poniedziałek 17.09.

11.00-13.00 Rejestracja uczestników

13.00-13.15 Ceremonia otwarcia

13.15-14.30 Sesja I – Sala Berlin

Miejsce i rola marketingu w świecie nauki

Przewodnicząca: prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska

1. prof. dr hab. Henryk Mruk „*Marketing w perspektywie czasu. Skąd przyszlśmy, dokąd zmierzamy?*”
2. prof. dr hab. Jan W. Wiktor „*Marketing, czy nauki o marketingu? Poszerzając horyzonty*”

14.30-16.00 Przerwa obiadowa

16.00-17.30 Sesja II – Sala Berlin

Marketing w nowej perspektywie

Przewodnicząca: prof. dr hab. Bogna Pilarczyk

1. dr hab. Edyta Rudawska, prof. nadzw. US, dr hab. Ewa Frąckiewicz, prof. nadzw. US, dr Małgorzata Wiścicka-Fernando „*Socio-ecological Innovations in Marketing Activities; a Comparative Analysis of Western European Countries and Central-Eastern European Countries*”
2. dr hab. Grzegorz Mazurek, prof. nadzw. ALK, dr Marcin Awdziej, mgr Katarzyna Piotrowska, mgr Filip Grudzewski „*Virtual reality in marketing communication - the impact on message, technology and offer perception - empirical study*”
3. prof. Kirill Rozhkov, dr Konstantin Khomutskih „*Two Concepts of Place Competition and Specificity of Targeting in Place Marketing*”
4. dr hab. Agnieszka Żbikowska, prof. nadzw. UEK „*Marketing w opinii polskich naukowców. Wyniki badań Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu*”

19.00 Recital przed kolacją

20.00 – Uroczysta kolacja

Wtorek 18.09.

9.30-11.00 Sesja III a – Sala Berlin

Zmiany w zachowaniach konsumentów

Przewodnicząca: dr hab. Edyta Rudawska, prof. nadzw. US

1. dr hab. Aleksandra Burgiel, prof. nadzw. UE, dr Jolanta Zrałek „*Konsumowanie bez posiadania (non-ownership consumption) jako przejaw ewolucji spożycia; determinanty i szanse rozwoju w Polsce*”
2. dr hab. inż. Grzegorz Szymański, dr Barbara Mróz-Gorgoń „*The Impact of the ROPO Effect in the Clothing Industry*”
3. dr hab. Jadwiga Berbeka, prof. nadzw. UEK „*Konsumpcja oparta na doznaniach i wiedzy - analiza zachowań konsumentów na rynku aktywnej turystyki sportowej*”
4. dr Kinga Stopczyńska „*Wykorzystanie influencer marketingu w kreowaniu relacji z klientami pokolenia Y*”

9.30-11.00 Sesja III b – Sala Londyn

Seria krótkich prezentacji

Przewodniczący: dr hab. Mariusz Trojanowski

1. dr inż. Michał Gazdecki, prof. Zoltán Szakály „*Market Structures and the Relationships of the Companies on the Agri Inputs Market; a Network Approach Perspective*”

2. dr Piotr Hadrian „Zasada koordynacji narzędzi marketingowych w praktyce. Wyniki badania”
3. dr Grzegorz Hajduk „Wyzwania integracji komunikacji marketingowej w kontekście zjawiska outsourcingu i wirtualizacji marketingu”
4. dr Magdalena Kowalska „Media społecznościowe jako generator licznych korzyści biznesowych”
5. mgr Natalia Wawrzynkiewicz „Elementy emocjonalne opakowania a preferencje konsumentów. Znaczenie osoby promującej produkt i jej rozpoznawalności”
6. dr Barbara Mróz-Gogoń, dr hab. inż. Grzegorz Szymański „Rebranding – Determinants and Meaning in Higher Education”
7. dr inż. Anna Murawska, mgr Hanna Długosz „Prosumpcja jako forma aktywności konsumentów na rynku dóbr i usług”
8. dr hab. Krystyna Iwińska-Knop, prof. nadzw. UŁ, mgr Anna Szymczak „Wartość dla klienta jako determinanta lojalności na rynku pasażerskich usług lotniczych”
9. dr Anna Wielicka-Regulska, dr Marietta Kiss, Żaneta Mitmańska „Rola i aktywność banków żywności w ograniczaniu strat żywności i niedożywienia w Polsce”

9.30-11.00 Sesja III c – Sala Barcelona

Seria krótkich prezentacji

Przewodniczący: dr hab. Robert Kozielski, prof. nadzw. UŁ

1. dr Agata Wawrzyniak „Wieloagentowy model symulacyjny zachowań konsumentów na rynku wód mineralnych”
2. dr hab. Agnieszka Żbikowska, prof. nadzw. UEK, dr Paweł Chlipała „Standaryzacja i adaptacja polityki cenowej przedsiębiorstw globalnych”
3. dr Małgorzata Kieźel „Percepcja innowacyjności banków i determinanty korzystania z nich wśród klientów indywidualnych z różnych grup wiekowych”
4. dr hab. Paweł Bryła „Uwarunkowania znajomości unijnego logo rolnictwa ekologicznego wśród polskich konsumentów”
5. dr inż. Piotr Cyrek „Częstotliwość zmian w asortymencie przedsiębiorstw handlu detalicznego żywnością”
6. dr inż. Sebastian Białoskurski „Wizerunek a innowacyjność współczesnych produktów żywnościowych”
7. dr Marek Zieliński, dr hab. Grzegorz Leszczyński, prof. nadzw. UEP, mgr Mateusz Kot, mgr Natalia Wawrzynkiewicz „Trust to Brand and Erotica in Business-to-Business Perspective”
8. dr hab. Joanna Hernik, dr Agnieszka Smalec „Beko – strategia tureckiej marki na polskim rynku”
9. dr Krzysztof Chmielewski „Proces zarządzania marką korporacyjną: ramy analityczne oraz zagadnienia o kluczowym znaczeniu dla dalszych badań”

9.30-11.00 Sesja III d – Sala Dublin

Seria krótkich prezentacji

Przewodnicząca: dr hab. Ewa Frąckiewicz, prof. nadzw. US

1. dr Marcin Awdziej, dr Jolanta Tkaczyk, dr hab. Magdalena Krzyżanowska, prof. nadzw. ALK „Opis projektu crowdfundingowego a skłonność do jego wspierania przez darczyńców”
2. dr hab. Magdalena Ankiel, prof. nadzw. UEP, mgr Anna Gogołek „Determinanty decyzji wyboru usług medycyny estetycznej w świetle badań”
3. dr Hanna Hall „Dissatisfaction Criteria of Participants of Scientific Conferences in the Light of Exploratory Research”
4. dr Katarzyna Krot, dr Urszula Widelska „Potrzeby pracownika na etapie zmiany zawodu jako wyzwanie dla employer branding”
5. dr inż. Anita Proszowska „Evaluation Methods of Trade Fairs Results Employed by Exhibitors Overview and Scope of Application”
6. dr Katarzyna Caban-Piaskowska, dr hab. Anna Miarka, prof. nadzw. ASP, dr Marcin Mielczarek „The Artist – the University – the Company: Building Competitive Advantage by Creating Business Relationships Network”

7. dr Jarosław Górski, mgr Marcin Metrycki *„Etnocentryzm konsumencki na przykładzie decyzji zakupowych odzieży wśród studentów Uniwersytetu Warszawskiego”*
8. dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka *„Wkład neuromarketingu do wiedzy na temat reklamy; próba systematyzacji wątków badawczych”*

11.00-11.30 Przerwa kawowa

11.30-13.00 Sesja IV – Sala Berlin

Marketing dwóch prędkości - panel dyskusyjny

Moderator: dr hab. Barbara Borusiak, prof. nadzw. UEP

1. prof. dr hab. Wojciech Florkowski, University of Georgia
2. prof. dr hab. Bogdan Mróz, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
3. dr hab. inż. Dariusz Siemieniako, Politechnika Białostocka
4. dr hab. inż. Krzysztof Koszela, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Dyrektor ds. eksportu i rozwoju rynków zagranicznych, Członek Zarządu Colian
5. Janusz Jankowiak - Prezes Arvato Bertelsman Polska
6. dr Katarzyna Stefanide - Dyrektor Zarządzająca Bricomarche
7. Cezary Hurka - Prezes Agencji Reklamowej Advertiva

13.00-14.30 Przerwa obiadowa

14.30-16.00 Sesja V a – Sala Berlin

Seria krótkich prezentacji

Przewodnicząca: prof. dr hab. Teresa Taranko

1. dr Dawid Szostek *„Sustainable marketing management of an organization upon the example of organizational citizenship behaviour of employees”*
2. dr Mariusz Woźniakowski *„Kształtowanie wizerunku marki na rynku motoryzacyjnym wśród dzieci”*
3. mgr Piotr Gaczek *„The Impact of Emotions on Weighting Hedonic and Utilitarian Product Attributes”*
4. dr Beata Zatwarnicka-Madura *„Analiza filmów reklamowych w mediach społecznościowych na podstawie wybranej marki kosmetycznej”*
5. dr Katarzyna Sanak-Kosmowska, dr Iryna Manczak *„Use of Crowdsourcing by Young Poles in the Light of the Authors’ Research”*
6. dr Przemysław Tomczyk *„Knowledge from Customers. Definition and Research Areas”*
7. dr inż. Marlena Piekut *„Zmiany w wydatkach na kieszonkowe w polskich gospodarstwach domowych”*
8. dr Wojciech Trzebiński: *„Mechanizmy reakcji klientów na działania organizacji w gospodarce opartej na wiedzy”*
9. dr Andrzej Szymkowiak, dr Urszula Garczarek-Bąk *„Gender differences in e-commerce”*

14.30-16.00 Sesja V b – Sala Barcelona

Seria krótkich prezentacji

Przewodnicząca: prof. dr hab. Iga Rudawska

1. dr Monika Skorek *„Membership in the Brand Community - Personal, Social and Symbolic Conditions in the Light of own Research”*
2. dr Mirosław Antonowicz, dr Tomasz Gonsior *„Rola innowacji w procesie zakupowym”*
3. dr Edyta Gołąb-Andrzejak, dr hab. Marcin Gębarowski *„Creating Hotel Services from a Perspective of Extraordinary Customer Experience”*
4. dr inż. Elżbieta Goryńska-Goldmann, dr Zsolt Poloreczki *„Consumers Perception of Risks to the Development of Sustainable Consumption”*
5. dr hab. Izabela Sztangret prof. nadzw. UE, dr hab. Justyna Matysiewicz, prof. nadzw. UE *„Marketingowa wartość odpadów komunalnych. Garbologia”*
6. dr hab. Wawrzyniec Rudolf *„Marketing regionu w ujęciu relacyjnym”*

7. dr hab. Mariusz Trojanowski, mgr Jacek Kułak *„Wykorzystanie urządzeń mobilnych w celu zakupowym; rozszerzenie modelu UTAUT2 o zmienną indywidualną innowacyjność”*
8. dr hab. inż. Mariola Grzybowska-Brzezińska *„Preferencje konsumentów wobec atrybutów produktów żywnościowych”*
9. dr hab. Magdalena Stefańska, prof. nadzw. UEP, dr hab. Katarzyna Bilińska-Reformat, prof. nadzw. UE *„Young Consumer’s Attitude towards Mobile Applications – Comparative Analysis between Countries”*

14.30-16.00 Sesja V c – Sala Londyn

Seria krótkich prezentacji

Przewodniczący: dr hab. inż. Dariusz Dąbrowski, prof. nadzw. PG

1. dr hab. Radosław Mącik, prof. nadzw. UMCS *„Perception of the Internet of Things Technology and Devices by Young Consumers”*
2. dr hab. Ryszard Kłeczek, prof. nadzw. UE, dr Monika Hajdas, dr Sylwia Wrona *„Skomplikowane problemy praktyczne i procesy dydaktyczne w zarządzaniu: identyfikacja problemów i kierunki badań”*
3. dr Tomasz Olejniczak *„Senior wobec innowacji produktowych – wybrane aspekty”*
4. dr hab. inż. Piotr Kułyk, prof. nadzw. UZ, dr inż. Mariola Michałowska *„Regional Conditions of the Ecological Goods Market”*
5. dr Izabela Ostrowska *„Brak czasu konsumentów jako bodziec rozwoju rynku usługowego”*
6. dr hab. Anna Drapińska, prof. nadzw. PG *„Nowe trendy w marketingu usług”*
7. dr Lucyna Witek *„Ceny produktów ekologicznych a zachowania konsumentów”*
8. dr Michał Kucia *„Osobowość jako determinanta angażowania się klientów”*

16.00-20.00 Program rozrywkowy, czas wolny

20.00 Kolacja biesiadna

Środa 19.09.

9.30-11.00 Sesja VI – Sala Berlin

Wyzwania współczesnego handlu

Przewodniczący: dr hab. Grzegorz Leszczyński, prof. nadzw. UEP

1. dr hab. Aleksandra Grzesiuk *„Doświadczenia polskich przedsiębiorstw handlowych w ekspansji na rynkach zagranicznych”*
2. prof. dr hab. Grzegorz Karasiewicz *„Deinternacjonalizacja w handlu detalicznym artykułami spożywczymi w Polsce”*
3. dr hab. Paweł Waniowski, prof. UE *„Strategie cenowe w sieciach handlowych – tendencje zmian”*
4. dr hab. Grzegorz Maciejewski, prof. nadzw. UE *„Consumers towards Modern Solutions in the Retail Trade”*

11.00-11.30 Przerwa kawowa

11.30-12.30 Sesja VII – Sala Berlin

Wartość dla konsumenta i jej implikacje dla przedsiębiorstw

Przewodnicząca: dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. nadzw. UE

1. dr hab. Robert Kozielski, prof. nadzw. UŁ *„Wybrane teorie ekonomiczne a zachowania konsumentów w epoce digital w świetle ekonomii behawioralnej”*
2. prof. Masaaki Takemura *„Toward Polish Marketing: Lesson from Japan's Case”*
3. dr hab. Wojciech Kozłowski, dr Anna Rutkowska, mgr Ewelina Sobotko *„Skłonność do płacenia za produkty społecznie odpowiedzialne i postrzeganie ich wartości – wpływ postaw altruistycznych”*
4. dr hab. Tomasz Wanat, prof. nadzw. UEP *„Wpływ kolejności i wielkości opakowania na preferencje nabywców w handlu online. Moderująca rola wiary we własną intuicję zakupową”*

12.30-13.00 Ceremonia zamknięcia

13.00-14.00 Obiad