

XIX Ogólnopolska Konferencja Naukowa

ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W DOBIE WSPÓŁCZESNYCH ZMIAN OTOCZENIA

14.05.2018 (poniedziałek)

8.00 – 9.00 Rejestracja uczestników

9.00 – 9:30 Otwarcie konferencji

9.30 – 11.00 Sesja plenarna *Nowe trendy i ich konsekwencje dla zarządzania marketingowego*

Przewodniczący: prof. dr hab. Jan W. Wiktor, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

- dr hab. Aleksandra Grzesiuk, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny
- prof. dr hab. Adam Sagan, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
- prof. dr hab. Bogdan Sojkin, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
- dr hab. Mariusz Trojanowski, Uniwersytet Warszawski
- dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

11.00 – 11.30 Przerwa kawowa

11.30 – 13.00 Sesje panelowe równoległe

Sesja I ZACHOWANIA KONSUMENTÓW – RÓŻNICE I PODOBIENSTWA POKOLEŃ

Przewodnicząca: prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- prof. dr hab. Bogdan Sojkin, dr hab. inż. Magdalena Ankiel, prof. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, *Metody badania wartości komunikacyjnej opakowań produktów*
- dr Wioleta Dryl, Uniwersytet Gdański, *Spółeczna odpowiedzialność biznesu z perspektywy młodych konsumentów*
- dr Anna Jasiulewicz, Magdalena Desput, SGGW, *Trend zdrowego stylu życia a zachowania konsumentów na rynku żywności*
- dr hab. Agata Niemczyk, prof. PWSZ, dr Jarosław A. Handzel, PWSZ w Nowym Sączu, *Działania jednostek samorządu terytorialnego wobec seniorów (w świetle wyników badań ankietowych)*

Sesja II INNOWACJE W KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

Przewodnicząca: prof. dr hab. Teresa Taranko, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

- Anna Bianchi, The Ad Store Italia, *Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji marketingowej w pozycjonowaniu marki na rynku dóbr luksusowych*
- dr Anna Goliszek, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, *Instrumenty komunikacji marketingowej w budowaniu relacji z nabywcami finalnymi*
- dr Sylwia Kuczamer-Kłopotowska, Uniwersytet Gdański, *Rola mediów społecznościowych w komunikowaniu treści blogów w segmencie młodszych mileniów*
- dr hab. Tomasz Wanat, prof. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, *Rola realizmu wielkości produktów prezentowanych online w kształtowaniu preferencji nabywców*

13.00 – 14.30 Przerwa obiadowa

14.30 – 16.00 Sesja plakatowa

Przewodniczący: dr Krzysztof Błoński, Uniwersytet Szczeciński

- dr Sylwia Badowska, mgr Liwia Delińska, Uniwersytet Gdański, *Media społecznościowe jako źródło absorpcji i dzielenia się informacją o produktach i ich oferentach przez pokolenie Y*
- dr Tomasz Dryl, Uniwersytet Gdański, *Komunikacja marketingowa na rynku farmaceutycznym – ocena wpływu wybranych narzędzi na decyzje konsumentów*
- dr Katarzyna Dziewanowska, Uniwersytet Warszawski, *Style współprodukcji usługi edukacyjnej przez studentów*
- dr Hanna Hall, Politechnika Rzeszowska, *Kryteria wyboru konferencji naukowych oraz satysfakcji i lojalności ich uczestników*

- mgr Jakub Stefek, Akademia Sztuki w Szczecinie, *Produkty kultury w opinii konsumentów na przykładzie oferty Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN*
- dr Beata Zatwarnicka-Madura, mgr Emilia Malec, Politechnika Rzeszowska, *Analiza zawartości reklam telewizyjnych w kontekście stereotypów płci*
- dr Beata Marciniak, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, *Strategie redukcji psychologicznych kosztów ponoszonych przez nabywców – ujęcie teoretyczne*

16.00 – 16.30 Przerwa kawowa

16.30 – 17.30 **O abstrakcie nieabstrakcyjnie** (warsztaty)

19.30 **Uroczysta kolacja**

15.05.2018 (wtorek)

8.00 – 9.30 Śniadanie

9.30 – 11.00 **Sesje referatowe równoległe**

Sesja I SPRZEDAŻ I OBSŁUGA KLIENTA – EWOLUCJA CZY REWOLUCJA?

Przewodniczący: dr hab. Grzegorz Mazurek, prof. ALK, Akademia Leona Koźmińskiego

- dr hab. Agnieszka Baruk, prof. PŁ, Politechnika Łódzka, *Poziom partnerstwa marketingowego w relacjach nabywców z oferentami – perspektywa nabywców*
- dr hab. Mariola Grzybowska-Brzezińska, dr Małgorzata Grzywińska-Rapca, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, *Wirtualizacja komunikacji a marketing bezpośredni w sektorze usług bankowych*
- dr Grzegorz Hajduk, Uniwersytet Rzeszowski, *Zakres i specyfika działań z zakresu komunikacji marketingowej realizowanych przez polskie przedsiębiorstwa produkcyjne – wyniki badań*
- dr hab. Grzegorz Mazurek, prof. ALK, mgr Katarzyna Nosalska, Akademia Leona Koźmińskiego, *Wykorzystanie marketingu treści na rynku przemysłowym B2B – badania empiryczne*

Sesja II ODPOWIEDZIALNY BIZNES, ODPOWIEDZIALNY MARKETING, ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Przewodnicząca: prof. dr hab. Grażyna Światowy, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- prof. dr hab. Felicjan Byłok, Politechnika Częstochowska, *Spółecznie odpowiedzialna konsumpcja - refleksja nad kierunkami zmian w konsumpcji*
- dr inż. Marcin Gąsior, Politechnika Lubelska, *Negatywne doświadczenia zakupowe a postrzeganie zagrożeń i skłonność do zawierania transakcji w środowisku wirtualnym*
- prof. dr hab. Grażyna Światowy, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, dr hab. Katarzyna Szalonka, Uniwersytet Wrocławski, *Zachowania zdrowotne w stylach życia – ujęcie modelowe w kontekście zrównoważonego rozwoju*

11.00 – 11.30 Przerwa kawowa

11.30 – 12.30 **Panel dyskusyjny Zmiany – znane-znane czy nieznanie-nieznanie?**

Przewodnicząca: dr hab. Ewa Frąckiewicz, prof. US, Uniwersytet Szczeciński

- doc. dr Jacek Kamiński, Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, *W kierunku nowej interpretacji zasady prymatu konsumenta – marketing zorientowany na interesariuszy*
- dr inż. Marzena Lemanowicz, SGGW, *Funkcjonowanie współczesnego rynku turystycznego w obliczu zagrożeń terrorystycznych*
- prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska, dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UE, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, *Zachowania konsumentów oparte na współdzieleniu i ich konsekwencje marketingowe*
- dr hab. Beata Tarczydło, mgr Anna Kondak, mgr Adrian Konior, Akademia Górniczo-Hutnicza, *Multiscreening w teorii i praktyce. Wyniki badań*

12.30 – 13:00 **Zakończenie konferencji**

13.00 Obiad