

REWOLUCJA

w marketingu-handlu-konsumpcji

4.0

PROGRAM

Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji

Szczecin, 25-27.10.2021



ZjazdKatedr2020.pl

11.00 – 13.00 Rejestracja Uczestników

13.00 – 13.30 Ceremonia otwarcia (sala Colosseum 1)

13.30 – 14.45 Keynote Speaker: prof. A. Parasuramann, University of Miami, USA

„My service quality research stream: some reflections on making impactful contributions through programmatic research” (sala Colosseum 1)

14.45 – 16.00 Przerwa obiadowa (sala Colosseum 2)

16.00 – 17.30 Panel dyskusyjny I (sala Colosseum 1)

Rewolucja 4.0 w marketingu, handlu i konsumpcji – palące pytania, nowe podejścia, perspektywy, metody

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

1. prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta, Akademia Leona Koźmińskiego
2. prof. dr hab. Roman Niestrój, Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej
3. prof. dr hab. Sławomir Smyczek, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
4. dr hab. Anna Drapińska, Politechnika Gdańska
5. dr hab. Robert Wolny, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
6. dr Dominika Kaczorowska-Spychalska, Uniwersytet Łódzki
7. dr Bartosz Mazurkiewicz, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

17.30 – 17.45 Przerwa kawowa

17.45 – 18.30 Meeting with the Editors (sala Colosseum 1)

1. prof. Philipp Klaus, International University of Monaco, Journal of Services Marketing i Journal of Service Management
2. prof. Christian Kowalkowski, Linköping University, Journal of Services Marketing i Journal of Service Management
3. dr hab. Adam Balcerzak, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Oeconomia Copernicana

18.00 Spotkanie Kierowników Katedr (sala Pionier)

20.00 – 23.00 Kolacja (restauracja Nowy Browar, ul. Partyzantów 2)

09.30 – 11.00 Keynote Speaker: prof. Philipp Klaus, International University of Monaco, Monaco

“Dooms or glory days? Will customer experience save marketing research and education” (sala Colosseum 1)

11.00 – 11.30 Przerwa kawowa

11.30 – 13.00 Sesje równoległe

A. Panel dyskusyjny II (sala Colosseum 1)

Naukowiec i badacz w świecie kształtowanym przez rewolucję 4.0

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

1. prof. dr hab. Felicjan Byłok, Politechnika Częstochowska
2. prof. dr hab. Grzegorz Mazurek, Akademia Leona Koźmińskiego
3. prof. dr hab. Aniela Styś, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
4. prof. dr hab. Marzanna Witek-Hajduk, Szkoła Główna Handlowa
5. dr hab. Małgorzata Karpińska-Krakowiak, Uniwersytet Łódzki
6. dr Anna Rogala, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
7. mgr Emilian Gwiazdziński, Uniwersytet Łódzki

B. Seria krótkich prezentacji I (sala Pionier 1)

Przewodnicząca: dr hab. Magdalena Sobocińska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

1. prof. dr hab. Bogdan Gregor, mgr Aneta Olejniczak, „*Determinanty skuteczności influencer marketingu*”
2. prof. dr hab. Jolanta Mazur, dr Piotr Zaborek, „*Jak mierzyć aktywność przedsiębiorstw w mediach społecznościowych i jej rezultaty?*”
3. dr hab. Marcin Gębarowski, „*Era przemysłu 4.0 – czas zagłady, stagnacji czy rozwoju targów?*”
4. dr hab. Anna Łaszkiwicz, „*Influencer marketing w działaniach marketingowych przedsiębiorstw*”
5. dr Marzena Lemanowicz, „*Rola nowych mediów w procesie komunikacji touroperatorów z klientami*”
6. dr Mirosław Pacut, „*Marketing wirtualnych społeczności jako instrument kształtowania zasobów relacyjnych przedsiębiorstwa*”
7. dr Ewa Prymon-Ryś, „*Crowdfunding jako narzędzie wspierania działalności NGO*”
8. dr Anna Sałamacha, „*Brands protection in Polish microenterprises*”

C. PAPER DEVELOPMENT CID GROUP SEMINAR

Koordinatorzy: dr hab. Dariusz Siemieniako, prof. dr hab. Maciej Mitręga

Paper Development CID Group Seminar I (sala Pionier 2)

Przewodniczący: dr hab. Adam Balcerzak, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, prof. dr hab. Maciej Mitręga, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

1. dr hab. Jolanta Zrałek, „*The future of sustainable consumption. Sustainable behaviors perception in Y and Z generations*” (**dyskutant:** dr hab. Grzegorz Leszczyński)
2. dr hab. Michał Kucia, „*The digital natives' perspective of customer engagement: A typology*” (**dyskutantka:** dr hab. Agnieszka Kacprzak)
3. mgr Marta Grybś-Kabocik, „*Online brand hate phenomenon within consumers communities in social media*” (**dyskutantka:** dr hab. Katarzyna Dziewanowska)

13.00 – 14.15 Przerwa obiadowa (sala Colosseum 2)

14.15 – 15.45 Sesje równoległe

A. Panel dyskusyjny III (sala Colosseum 1)

Nauczyciel akademicki w dobie rewolucji 4.0 - Czy edukacja 4.0 to kształcenie bez nauczyciela?

Moderator: dr hab. Robert Kozielski, Uniwersytet Łódzki

1. prof. dr hab. Bogdan Sojkin, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
2. dr hab. Katarzyna Dziewanowska, Uniwersytet Warszawski
3. dr hab. Grzegorz Hajduk, Uniwersytet Rzeszowski
4. dr hab. Radosław Mącik, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
5. dr hab. Agnieszka Żbikowska, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
6. dr Joanna Wiechoczek, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

B. Seria krótkich prezentacji II (sala Pionier 1)

Przewodnicząca: dr hab. Magdalena Ankiel, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

1. dr hab. Paweł Bryła, „*The importance of country-of-origin information on the food product packaging (a nation-wide survey among Polish consumers)*”
2. dr Marcin Awdziej, dr Jolanta Tkaczyk, „*Zmiana ról w rodzinie a wpływ ojców na zakup produktów dla dzieci-implikacje marketingowe*”
3. dr Piotr Cyrek, „*Diversification of customer shopping styles as a result of changes in the weekly work schedules of retail outlets*”
4. dr Ewa Kasperska, „*Baby boomers and X, Y, Z generations: models of consumer behaviours on the example of running events*”
5. dr Izabela Ostrowska, „*Assessment of the ethical behaviour of transport service providers by young consumers*”

6. dr Urszula Widelska, „*Customer orientation and innovation – perspective of top-level management*”
7. mgr Ewelina Konarska-Michalczyk, „*Innowacje społeczne oraz działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w statystyce publicznej*”

C. Seria krótkich prezentacji III (sala Pionier 2)

Przewodnicząca: dr hab. Mariola Grzybowska-Brzezińska, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

1. dr hab. Radosław Baran, „*Indywidualizacja produktów a satysfakcja klientów*”
2. dr hab. Małgorzata Kieźel, „*Korzystanie przez seniorów z informacji o ofercie banków jako wyzwanie dla sektora*”
3. dr hab. Tomasz Wanat, „*Consumer perception of the brand and price of semi-deceptive counterfeit products*”
4. dr Piotr Hadrian, „*Modelowe ujęcie audytu marketingu*”
5. dr Magdalena Olejniczak, dr hab. Tomasz Olejniczak, „*Fears of elderly people in the process of purchasing food products*”
6. dr Anita Proszowska, „*Directions of development of process of shaping exhibitor-organizer relationship*”
7. dr Marek Rawski, „*Badanie efektywności działań marketingowych metodą refleksji strategicznej*”

D. Paper Development CID Group Seminar II (sala Pionier 3)

Przewodniczący: prof. Philipp Klaus, International University of Monaco; prof. dr hab. Grzegorz Mazurek, Akademia Leona Koźmińskiego

1. dr Piotr Gaczek, dr hab. Grzegorz Leszczyński, dr hab. Marek Zieliński, „*Integration of knowledge and technology in the co-creation of AI-based solution for the healthcare sector*” (**dyskutant:** prof. Christian Kowalkowski)
2. dr Michał Ścibor-Rylski, „*Playing with consumers - why is gamified market research more effective?*” (**dyskutantka:** dr hab. Małgorzata Karpińska-Krakowiak)
3. dr Piotr Gaczek, mgr Mateusz Kot, „*Resistance to sharing personal information with intelligence agents in different decision contexts*” (**dyskutant:** prof. Philipp Klaus)
4. dr Magdalena Graczyk-Kucharska, dr hab. Robert Olszewski, „*Big data in marketing analytics on the example of job candidates representing Generation Z*” (**dyskutant:** prof. dr hab. Grzegorz Mazurek)

16.30 – 18.00 Zwiedzanie Filharmonii Szczecińskiej

20.00 Uroczysta kolacja (sala Colosseum)

ŚRODA - 27 PAŹDZIERNIKA 2021 rok

09.30 – 10.30 **Keynote Speaker:** prof. Christian Kowalkowski, Linköping University, Szwecja „*Getting Published: Insights from my role as editor, reviewer, and author*” (sala Colosseum 1)

10.30 – 11.30 **Panel dyskusyjny IV** (sala Colosseum 1)

Nie chodzi o to, aby być BIG, chodzi o to, aby być GREAT – czy marketing może być skuteczny i zrównoważony jednocześnie?

Moderator: dr hab. Barbara Mróz-Gorgoń, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

1. prof. dr hab. Mirosława Pluta-Olearnik, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
2. dr hab. Joanna Hernik, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny
3. dr hab. Grzegorz Maciejewski, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
4. dr hab. Grzegorz Szymański, Politechnika Łódzka
5. dr Anna Jasiulewicz, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego
6. dr Anna Wielicka-Regulska, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

11.30 – 12.00 Przerwa kawowa

12.00 – 13.30 Sesje równoległe

A. Sesja plenarna I (sala Colosseum 1)

Teoretyczne i empiryczne rozważania nad współczesnym marketingiem, handlem i konsumpcją

Przewodniczący: dr hab. Zygmunt Waśkowski, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

1. dr Elżbieta Wąsowicz-Zaborek, „*Cultural determinants of social media use in world markets*”
2. dr Łukasz Wróblewski, dr hab. Katarzyna Bilińska-Reformat, dr Mateusz Grzesiak, „*Wpływ potencjału internetowego tłumu na kapitał marki instytucji kultury*”
3. dr Katarzyna Sanak-Kosmowska, „*Ocena i pamięć komunikatów marketingowych w social media - badania w paradygmacie wstecznego kształtowania pamięci*”
4. dr hab. Katarzyna Dziewanowska, dr hab. Agnieszka Kacprzak, „*Value co-creation and value co-destruction – case of online consumption*”
5. dr hab. Paweł Chlipała, „*Uwagi o wyodrębnianiu współczesnych koncepcji marketingu*”

B. Seria krótkich prezentacji IV (sala Pionier 1)

Przewodnicząca: dr hab. Agnieszka Dejnaka, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

1. prof. dr hab. Grażyna Świątowy, dr hab. Katarzyna Szalotka, „*Wpływ cyfryzacji na zachowania pacjentów na rynku usług zdrowotnych*”
2. prof. dr hab. Marzanna Witek-Hajduk, dr Anna Grudecka, „*Czynniki decydujące o strategicznym znaczeniu kraju pochodzenia – perspektywa przedsiębiorstw z rynków wschodzących*”
3. dr Mirosław Antonowicz, „*Badanie „pakietów usług” jako źródło wiedzy o potrzebach użytkowników dworców - aspekt praktyczny*”
4. dr Elżbieta Goryńska-Goldmann, dr Michał Gazdecki, „*Searching for and perception of information by consumers in the light of the sustainable consumption idea – on the example of food markets*”
5. dr Szymon Michalak, „*Attitudes towards product innovations and their importance among the inhabitants of the Poznań agglomeration*”
6. dr Mariusz Woźniakowski, „*Selected aspects of the omnichannel concept in DIY retail chains*”
7. mgr Katarzyna Śmiałowicz, „*Online marketing communication of Polish national art museums in comparison to selected European Museums*”

C. Paper Development CID Group Seminar III (sala Pionier 2)

Przewodniczący: prof. Christian Kowalkowski, Linköping University; dr hab. Dariusz Siemieniako, Politechnika Białostocka

1. prof. dr hab. Grzegorz Karasiewicz, dr Monika Skorek, dr Agnieszka Wilczak, „*Brand communities formed by supporters of Polish, English, German and Lithuanian sports clubs. Testing the model of the relation between the perception of the brand community, engagement in the brand, engagement in the community and buyer loyalty to the brand*” (**dyskutant:** prof. Christian Kowalkowski)
2. dr Przemysław Tomczyk, „*Path meta-models as a meta-analysis tool. An example of management sciences*” (**dyskutant:** dr hab. Radosław Mącik)
3. dr hab. Aleksandra Burgiel, „*Sustainable consumption – real chance or utopia? Barriers and stimuli of pro-ecological changes in the Polish consumers’ behaviors*” (**dyskutant:** dr hab. Dariusz Siemieniako)
4. dr Sylwia Badowska, dr hab. Kamila Migdał-Najman, dr hab. Krzysztof Najman, „*Towards an application of artificial intelligence for finding consumers purchasing and product usage patterns: empirical research on non-smartphone elderly users in Central Europe*” (**dyskutant:** dr hab. Marek Zieliński)

13.30 – 14.00 Ceremonia zamknięcia (sala Colosseum 1)

14.00 Obiad (sala Colosseum 2)