



MM 2017

3rd International Conference on Marketing Management

PROGRAM

Dzień 1 – 5 czerwca 2017 r.

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk Ekonomicznych
ul. Nowoursynowska 166 Warszawa, bud. 6

9:00-9:30 **Rejestracja uczestników i serwis kawowy**
bud. 6, parter

9:30-10:00 **Otwarcie konferencji**
bud. 6, parter, s. D22

prof. dr hab. Michał Jerzy **Zasada**,
PROREKTOR DS. WSPÓŁPRACY MIĘDZYNARODOWEJ SGGW

dr hab. Jarosław **Gołębiewski**, prof. SGGW,
DZIEKAN WYDZIAŁU NAUK EKONOMICZNYCH SGGW

dr hab. Joanna **Szwacka-Mokrzycka**, prof. SGGW,
KIEROWNIK KATEDRY POLITYKI EUROPEJSKIEJ I MARKETINGU, WNE SGGW

10:00-11:30 Obrady plenarne cz. 1
bud. 6, parter, s. D22

Przewodniczenie:

dr hab. Edyta **Rudawska** prof. US, UNIwersytet Szczeciński

prof. dr hab. Czesław **Bywalec**, UNIwersytet Ekonomiczny w Krakowie

dr hab. Jarosław **Gołębiewski**, prof. SGGW, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

1. prof. dr hab. Czesław **Bywalec**
UNIwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Interwencjonizm państwa w sferze konsumpcji - za i przeciw
2. dr hab. Edyta **Rudawska**, prof. US,
UNIwersytet Szczeciński
Komunikacja marketingowa w procesie współpracy międzysektorowej organizacji pozarządowej
3. prof. dr hab. Eugeniusz **Michalski**,
Politechnika Koszalińska
Strategie tworzenia marki produktów przedsiębiorstwa
4. prof. dr hab. Andrzej P. **Wiatrak**,
UNIwersytet Warszawski
Marketing terytorialny w komunikowaniu i partnerstwie regionalnym i lokalnym
5. mgr (MBA) Monika **Pływaczewska**,
FRUTAROM POLSKA
Trudna współpraca, czyli jak przekonać klienta do wdrażania nowych trendów i produktów w branży spożywczej przy wykorzystaniu najlepszych praktyk
6. dr Zenon **Pokojski**,
UNIwersytet Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie
Uwarunkowania zarządzania wartością przedsiębiorstwa – kontekst Grupy Azoty Puławy
7. prof. dr hab. Wojciech **Grzegorzczak**,
UNIwersytet Łódzki,
Nowe koncepcje marketingu w procesie tworzenia strategii marketingowej na rynkach międzynarodowych

11:30-12:00 Przerwa kawowa
I sesja posterowa
bud. 6, parter, s. D22

12:00-14:00 Obrady w sekcjach

Sekcja A

bud. 6, parter, s. D22

Przewodniczenie sekcji:

prof. dr hab. Eugeniusz **Michalski**, POLITECHNIKA KOSZALIŃSKA

dr hab. Joanna **Szwacka-Mokrzycka**, prof. SGGW, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

dr Maciej **Stawicki**, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

1. Prof. dr hab. Baiba **Rivža**, MSc Ligita **Āzena**
LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE, LATVIA
Factors Creating and Influencing Small- City Image in Latvia
2. MSc Zaiga **Oborenko**
LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE, LATVIA
Models of Disability: Approach in Latvia
3. MSc Ieva **Opojska**, Dr. Līga **Proškina**,
LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE, LATVIA
The awareness of Latvian team sports games federations
4. Dr Liva **Grinevica**
LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE, LATVIA
Best Examples of Youth Employment Promotion Programmes in Latvia
5. MSc Laila Kundzina **Zvejniece**
LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE, LATVIA
Importance of communication methods in philanthropy process
6. MSc Dace **Ziedina**
LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE, LATVIA
Socio - economic characteristics of Latvia's planning region administrative areas
7. MSc Edite **Bisere**
LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE, LATVIA
Influence of Vocational Education Development on Economic Development in Regions of Latvia
8. MSc Rasa **Rukuziene**
ALEKSANDRAS STULGINSKIS UNIVERSITY, LITHUANIA
Empirical outlook to formalization of brand marketing management in food industry
9. MSc Vitalija **Vanagiene**
ALEKSANDRAS STULGINSKIS UNIVERSITY, LITHUANIA
Strategic solutions for brand equity modelling
10. Assoc. prof. dr. Vilma **Tamuliene**
ALEKSANDRAS STULGINSKIS UNIVERSITY, LITHUANIA
Integrated marketing tools for SMB
11. Assoc. Prof. Dr. Harun **Uçak**, MSc Saliha **Çelik**, MSc Handan **Öztemiz**,
ALANYA ALAADIN KEYKUBAT UNIVERSITY, TURKEY
Monitoring the Fresh Fruits and Vegetables Supply Chain in Turkey
12. Prof. As. Dr. Ledia **Thoma**, Prof. As. Dr. Ana **Kapaj**, Dr. Anila **Boshnjaku**, Prof. As. Dr. Etleva **Muça**,
AGRICULTURAL UNIVERSITY OF TIRANA, ALBANIA
Brand awareness and consumer profile for milk in Tirana – Albania
13. Prof. As. Dr. Etleva **Muça**, Prof. As. Dr. Ledia **Thoma**, Prof. As. Dr. Ana **Kapaj**,
AGRICULTURAL UNIVERSITY OF TIRANA, ALBANIA
MSc Adela **Sheshi**,
RAIFFEISEN BANK, TIRANA, ALBANIA
Export opportunity and constrains for fruit and vegetables producers
14. Prof. Yaroslava **Larina**,
NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE, UKRAINE
Innovation and marketing strategies of enterprises on the innovative food products market

12:00-14:00 Obrady w sekcjach

Sekcja B

bud. 6, 1. piętro, s. A42/1

Przewodniczenie sekcji:

dr hab. Piotr **Bórawski**, UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE

dr hab. Hanna **Górska-Warsewicz**, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

dr Ewa **Bąk-Filipek**, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

dr Iwona **Pomianek**, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

1. dr inż. Monika **Zajkowska**,
WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA W GDAŃSKU
Otwarte innowacje w małych i średnich przedsiębiorstwach. Ujęcie modelowe
2. dr inż. Agnieszka **Bojanowska**,
POLITECHNIKA LUBELSKA
Innowacje w marketingu usług turystycznych
3. dr Dawid **Szostek**,
UNIWERSYTET MIKOŁAJA KOPERNIKA W TORUNIU,
Zachowania kontrproduktywne w organizacji i ich pomiar
4. dr Barbara **Szymoniuk**,
POLITECHNIKA LUBELSKA
Klaster jako sieć interesariuszy według założeń Marketingu 3.0
5. mgr Magdalena **Skowrońska**,
UNIWERSYTET WARSZAWSKI,
Technologie komunikacyjne i informacyjne w marketingu – ujęcie tradycyjne i nowoczesne
6. mgr Anna **Szymczak**,
UNIWERSYTET ŁÓDZKI
Wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej polskich portów lotniczych
7. mgr Anna **Roth**, mgr Tomasz **Zawadzki**,
UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU
Instagram jako narzędzie do promocji produktów z kategorii superfood
8. mgr inż. Maksymilian **Czeczotko**, mgr Olena **Kulykovets**, mgr Anna **Kudlińska-Chylak**,
dr hab. Hanna **Górska-Warsewicz**,
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE
Postrzeganie marek własnych sieci hurtowej makro Cash & Carry przez odbiorców profesjonalnych z sektora usług gastronomicznych
9. mgr Łukasz **Włastowski**, dr hab. Hanna **Górska-Warsewicz**,
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE
Uwarunkowania wakacyjnej turystyki dzieci i młodzieży dla potrzeb rozwoju turystyki przygodowej

12:00-14:00 Obrady w sekcjach

Sekcja C

bud. 6, 1. piętro, s. A42/2

Przewodniczenie sekcji:

dr hab. prof. SGH Marzanna K. **Witek-Hajduk**, SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA

dr hab. Zygmunt **Wańkowski**, prof. UEP, UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU

dr Anna **Jasiulewicz**, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

1. prof. dr hab. Mieczysław **Adamowicz**,
PAŃSTWOWA SZKOŁA WYŻSZA IM. PAPIEŻA JANA PAWŁA II W BIAŁEJ PODLASKIEJ
Handel wielkopowierzchniowy jako źródło zaspokajania potrzeb gospodarstw domowych na przykładzie miasta Biała Podlaska
2. dr Katarzyna **Dziewanowska**,
UNIWERSYTET WARSZAWSKI,
Współtworzenie wartości w logice usługowej – przykład szkolnictwa wyższego
3. dr Agata **Krukowska-Miler**,
POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA,
Możliwości tworzenia wartości dla klienta/pacjenta w zakładach leczniczych w Polsce
4. dr Wioletta **Krawiec**, dr Kamila **Szymańska**,
UNIWERSYTET ŁÓDZKI
Komunikowanie wartości dla klienta na przykładzie usług kulturalnych – wyniki badań empirycznych
5. dr Marek **Zieliński**,
UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU
Zaufanie w relacjach biznesowych – pojęcie i istota
6. dr hab. Wiesław **Urban**, prof. nzw.,
POLITECHNIKA BIAŁOSTOCKA
Zasady Lean Management a usługi
7. dr Adam **Miara**
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA INFORMATYKI I PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W ŁOMŻY
Wpływ globalizacji na zarządzanie we współczesnym przedsiębiorstwie
8. dr hab. Wojciech **Pizło**, prof. SGGW
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE
Style życia polskich konsumentów – wybrane obszary
9. dr hab. Marzanna K. **Witek-Hajduk**, prof. SGH, dr Piotr **Zaborek**, prof. dr hab. Jolanta **Mazur**,
prof. dr hab. Andrzej **Sznajder**, dr Bartosz **Targański**,
SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA W WARSZAWIE
Związki pomiędzy cechami domen internetowych polskich marek a ich międzynarodową aktywnością w Internecie

14:05-14:25 Dyskusja

bud. 6, parter, s. D22

Prowadzenie dyskusji:

prof. Yaroslava **Larina**, NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE, UKRAINE

prof. dr hab. Eugeniusz **Michalski**, POLITECHNIKA KOSZALIŃSKA

dr hab. Hanna **Górska-Warsewicz**, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

dr hab. Marzanna K. **Witek-Hajduk**, prof. SGH, SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA

dr hab. Joanna **Szwacka-Mokrzycka**, prof. SGGW, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

14:30-15:15 Obiad

15:30 Wyjazd autokarem do Ryni

zbiórka: Aula Kryształowa SGGW

17:00 Zakwaterowanie w pokojach

Rewita Rynia, ul. Wczasowa 59, 05-127 Białobrzegi

17:30 Rejs po Jeziorze Zegrzyńskim

19:30 Uroczysta kolacja

Dzień 2 – 6 czerwca 2017 r.

Rewita Rynia, ul. Wczasowa 59, 05-127 Białobrzegi

9:30-11:30 Obrady plenarne cz. 2

Przewodniczenie:

dr hab. Aleksandra **Burgiel**, UNIwersytet Ekonomiczny w Katowicach

dr Marzena **Lemanowicz**, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

1. dr hab. Aleksandra **Burgiel**, dr Izabela **Sowa**,
UNIwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Współdzielenie wirtualnych i realnych zasobów jako podstawa typologii konsumentów
2. dr Robert **Nowacki**,
WYŻSZA SZKOŁA FINANSÓW I ZARZĄDZANIA W WARSZAWIE,
dr Alicja **Fandrejewska**,
INSTYTUT BADAŃ RYNKU, KONSUMPCJI I KONIUNKTUR W WARSZAWIE
Uwarunkowania kulturowe reklamy jako narzędzia komunikacji marketingowej na polskim rynku artykułów żywnościowych
3. dr hab. Joanna **Szwacka-Mokrzycka**, prof. SGGW,
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE,
dr Michał **Kociszewski**,
KUK POLSKA,
Znaczenie marki polskiej żywności w budowaniu przewagi konkurencyjnej na rynku międzynarodowym
4. dr hab. Marzanna K. **Witek-Hajduk**, prof. SGH, dr Piotr **Zaborek**, prof. dr hab. Jolanta **Mazur**,
prof. dr hab. Andrzej **Sznajder**, dr Bartosz **Targański**,
SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA W WARSZAWIE
Cechy domen internetowych polskich marek eksportowych a specyfika branży
5. dr Tomasz **Szopiński**,
WYŻSZA SZKOŁA FINANSÓW I ZARZĄDZANIA W WARSZAWIE
Czynniki determinujące oszczędności polskich gospodarstw domowych
6. dr Dagmara **Stangierska**, dr hab. Iwona **Kowalczyk**, dr Monika **Świątkowska**,
dr hab. Hanna **Górska-Warsewicz**,
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE
Determinanty wyboru lokali gastronomicznych ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji - wyniki badań konsumenckich
7. dr hab. Hanna **Górska-Warsewicz**, dr Monika **Świątkowska**, dr Dagmara **Stangierska**,
dr hab. Iwona **Kowalczyk**, mgr Anna **Zubrzycka**,
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE
Percepcja informacji żywieniowej a zachowania konsumentów w zakładach gastronomicznych – wyniki badań empirycznych
8. dr hab. Zygmunt **Waśkowski**, prof. UEP,
UNIwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Determinanty decyzji zakupowych nabywców na rynku sportu
9. dr Sylwia **Badowska**,
UNIwersytet Gdański,
Intencje behawioralne konsumentów-seniorów w procesie akceptacji i użytkowania dóbr technologicznych w świetle badań własnych

11:30-12:00 Przerwa kawowa
II sesja posterowa

12:00-14:00 Obrady plenarne cz. 3

Przewodniczenie:

dr hab. Krystyna **Świetlik**, prof. IERiGŻ-PIB, INSTYTUT EKONOMIKI ROLNICTWA I GOSPODARKI ŻYWNOSCIOWEJ - PIB

prof. dr hab. Andrzej P. **Wiatrak**, UNIwersytet Warszawski

dr Mariusz **Grębowiec**, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

1. dr Jolanta **Zrałek**,
UNIVERSITY OF ECONOMICS IN KATOWICE, POLAND
Who is sustainable consumer? In search of a new conception of humans in sustainable economy
2. Dr Ruslan **Buriak**, MSc Maryna **Rudenko**,
NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE, UKRAINE
Analysis of the market conditions of the poultry products in Ukraine
3. Prof. Julia **Galchynska**,
NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE, UKRAINE
Methodical frameworks of marketing research in the bioenergy market
4. Dr. Valentyna **Rafalska**,
NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE, UKRAINE
Place of lessors of land shares in the system of agricultural marketing
5. dr inż. Grażyna **Rembielak**,
WARSAW UNIVERSITY OF TECHNOLOGY - BUSINESS SCHOOL, POLAND
Prof. John **Wilson**,
THE SINO-BRITISH COLLEGE IN SHANGHAI, CHINA
MSc Xiang **Lee**,
THE UNIVERSITY OF SALFORD, UK
International Students and Motivation to Study at Postgraduate Level – Some Evidence From China
6. mgr Zdzisław **Kochanowicz**,
WARSZAWSKA WYŻSZA SZKOŁA EKONOMICZNA
mgr Justyna **Czaplicka**,
AKADEMIA PEDAGOGIKI SPECJALNEJ W WARSZAWIE
dr hab. Piotr **Bórawski**,
UNIwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
Działania promocyjne gmin w świetle przeprowadzonych badań
7. dr hab. Aleksandra **Burgiel**, dr Izabela **Sowa**,
UNIwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Akceptacja nowych trendów konsumenckich w pokoleniach X i Y – analiza porównawcza
8. dr hab. Krystyna **Świetlik**, prof. IERiGŻ-PIB,
INSTYTUT EKONOMIKI ROLNICTWA I GOSPODARKI ŻYWNOSCIOWEJ - PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY
Preferencje konsumentów na rynku żywności w Polsce w warunkach deflacji
9. prof. dr hab. Wasyl **Lypchuk**,
POLITECHNIKA ŚWIE TOKRZYSKA,
Lojalność klientów przedsiębiorstwa hurtowego rynku rolnego
10. dr Tomasz **Pawlonka**,
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE
Kluczowe determinanty wyboru i zakupu mięsa i produktów przetwórstwa mięsnego w opinii konsumentów polskich i austriackich

14:00-14:30 Podsumowanie

dr hab. Aleksandra **Burgiel**, UNIwersytet Ekonomiczny w Katowicach

prof. Julia **Galchynska**, NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE

dr hab. Joanna **Szwacka-Mokrzycka**, prof. SGGW, SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

prof. dr hab. Andrzej P. **Wiatrak**, UNIwersytet Warszawski

dr hab. Marzanna K. **Witek-Hajduk**, prof. SGH, SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA

14:30-15:15 Obiad

15:30 Powrót autokarem do Warszawy

 POLSKIE NAUKOWE
TOWARZYSTWO
MARKETINGU

WNE  WYDZIAŁ NAUK
EKONOMICZNYCH
SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO w WARSZAWIE