



WYDZIAŁ
ZARZĄDZANIA
POLITECHNIKI RZESZOWSKIEJ

Zakład Marketingu
Wydział Zarządzania
Politechnika Rzeszowska im. I. Łukasiewicza



UNIwersYTET
EKONOMICZNY
W KRAKOWIE


Katedra Opakowalnictwa Towarów
Instytut Nauk o Jakości i Zarządzaniu Produktem
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

KONFERENCJA NAUKOWA

NAUKI O ZARZĄDZANIU I JAKOŚCI WOBEC WSPÓŁCZESNYCH WYZWAŃ NAUKI I BIZNESU W TURBULENTNYM OTOCZENIU

19-21 października 2022 r. | Rzeszów i Polańczyk

PATRONAT

 POLSKIE NAUKOWE
TOWARZYSTWO
MARKETINGU



IBG
INSTYTUT BADAŃ
GOSPODARCZYCH



Economic
Publishing
Platform

Szanowni Państwo

Szczególnie ostatnie lata pokazują nam wszystkim, w jak bardzo turbulentnym otoczeniu funkcjonujemy na co dzień. Zmiany, których nieustannie doświadczamy, wymuszają konieczność bycia elastycznym, umiejętność nieustannego rozwoju oraz szybkiego reagowania na nowe okoliczności. W imieniu organizatorów serdecznie zapraszamy Państwa na wyjątkowe wydarzenie, którego celem jest integracja środowiska naukowego oraz praktyków biznesu, a także wzajemna wymiana zgromadzonej wiedzy i doświadczeń w zakresie zarządzania organizacjami w tych pełnych wyzwań czasach.

Konferencja rozpocznie się w Rzeszowie na terenie Politechniki Rzeszowskiej, gdzie planowane jest jej otwarcie, wystąpienia inauguracyjne głównych prelegentów oraz sesja panelowa ekspercka. Następnie Konferencja będzie kontynuowana przez kolejne dwa dni w sercu urokliwych Bieszczad.

Beata Zatrwarnicka-Madura
Kierownik Zakładu Marketingu

Agnieszka Cholewa-Wójcik
Kierownik Katedry Opakowania Towarów

CELE I PROBLEMATYKA KONFERENCJI

CELE KONFERENCJI

Głównym celem konferencji jest stworzenie forum dyskusyjnego, w ramach którego poruszone zostaną zróżnicowane aspekty zarządcze odnoszące się do współczesnych wyzwań stojących zarówno przed nauką, jak i światem biznesu. Zamierzeniem konferencji jest integracja środowiska naukowego oraz praktyków biznesu, która pozwoli na wymianę wiedzy i doświadczeń wynikających z zarządzania organizacjami, zwłaszcza w okresie niezwykle turbulentnych zmian.

Konferencja ma także na celu, poprzez *Paper Development CID Group Seminar (CID Seminar)*, wsparcie Autorów prezentowanych prac naukowych w dalszym doskonaleniu artykułów z zamierzeniem ich opublikowania w wysoko punktowanych czasopismach naukowych. Podczas *CID Seminar* w dyskusji będą uczestniczyć doświadczeni naukowcy o uznanym dorobku, w tym członkowie rad programowych takich czasopism.

PROBLEMATYKA KONFERENCJI

- Zarządzanie produktem
- Zarządzanie relacjami z klientem
- Zarządzanie zasobami ludzkimi
- Zarządzanie marketingiem
- Zarządzanie międzykulturowością organizacji
- Rola innowacyjności w kształtowaniu jakości wyrobów i usług
- Społeczne i ekonomiczne aspekty zarządzania w organizacjach
- Sztuczna inteligencja i automatyzacja procesów biznesowych
- Gospodarka o obiegu zamkniętym – racjonalne gospodarowanie zasobami
- Trendy w zachowaniach konsumentów
- Marketing w mediach społecznościowych
- Zarządzanie zmianą w organizacji
- Społeczna odpowiedzialność organizacji
- Zarządzanie przedsiębiorstwem w czasie pandemii COVID-19
- Marketing business-to-business
- Marketing doświadczeń
- Marketing sportu
- Marketing treści (*content marketing*)
- Praktyki zarządzania kryzysowego
- Nowe technologie w marketingu
- Marketing miejsc

KOMITET NAUKOWY I ORGANIZACYJNY

KOMITET NAUKOWY

Przewodnicząca Komitetu Naukowego

dr hab. **Beata Zatwarnicka-Madura**, prof. PRz,
kierownik Zakładu Marketingu, Dziekan Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej

dr hab. **Adam Balcerzak**, prof. UWM (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski)
dr **Amparo Baviera-Puig** (Universitat Politècnica de València, Hiszpania)
dr hab. inż. **Agnieszka Cholewa-Wójcik**, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
prof. **Gérard Kokou Dokou** (Université du Littoral Côte d'Opale Dunkerque, Francja)
doc. dr ing. **Peter Drábik** (University of Economics in Bratislava, Słowacja)
dr hab. **Katarzyna Dziewanowska**, prof. UW (Uniwersytet Warszawski)
prof. dr hab. inż. **Joanna Ejdys** (Politechnika Białostocka)
prof. dr hab. **Lechosław Garbarski** (Akademia Leona Koźmińskiego)
dr hab. **Marcin Gębarowski**, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
dr hab. **Ewa Glińska**, prof. PB (Politechnika Białostocka)
dr hab. inż. **Katarzyna Halicka**, prof. PB (Politechnika Białostocka)
dr hab. **Marek Jabłoński**, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
doc. dr. ing. **Małgorzata A. Jarossová** (University of Economics in Bratislava, Słowacja)
prof. dr hab. **Grzegorz Karasiewicz** (Uniwersytet Warszawski)
dr ing. **Martin Klepek**, Assistant Professor (Silesian University in Opava, School of Business Administration in Karvina, Czechy)

dr hab. **Krystyna Kmiotek**, prof. PRz (Politechnika Rzeszowska)
dr hab. **Paweł Korzyński**, prof. ALK (Akademia Leona Koźmińskiego)
prof. **Krzysztof Kubacki** (Auckland University of Technology, Nowa Zelandia)
prof. dr hab. **Grzegorz Mazurek** (Akademia Leona Koźmińskiego)
prof. dr hab. **Krystyna Mazurek-Łopacińska** (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
prof. dr hab. **Maciej Mitreğa** (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach)
prof. dr hab. **Bogdan Mróz** (Szkola Główna Handlowa)
prof. dr hab. **Grzegorz Ostasz** (Politechnika Rzeszowska)
prof. dr **Rodica Pamfilie** (Bucharest University of Economic Studies, Rumunia)
prof. dr hab. **Mirosława Pluta-Olearnik** (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
dr hab. **Milena Ratajczak-Mrozek**, prof. UEP (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)
prof. dr hab. **Edyta Rudawska** (Uniwersytet Szczeciński)
dr hab. inż. **Dariusz Siemieniako**, prof. PB (Politechnika Białostocka)
dr hab. inż. **Łukasz Skowron**, prof. PL (Politechnika Lubelska)
prof. **Miladin Stefanovic** (University of Kragujevac, Serbia)
prof. dr hab. **Jan Wiktor** (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
dr hab. **Lucyna Witek**, prof. PRz (Politechnika Rzeszowska)
dr hab. **Bernard Ziębicki**, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

KOMITET ORGANIZACYJNY

Przewodnicząca: dr **Joanna Wiażewicz**
Sekretarze: dr **Agnieszka Zielińska**, dr inż. **Agnieszka Kawecka**
Kontakt z mediami, media społecznościowe: mgr **Iwona Wojciechowska**

Członkowie Komitetu Organizacyjnego

mgr **Urszula Bysiewicz**
dr **Agata Gierczak**
dr **Hanna Hall**
dr inż. **Bartłomiej Kabaja**
mgr **Ewelina Nycz**
mgr **Kinga Oszust**
mgr inż. **Konrad Smoleń**

KEYNOTE SPEAKERZY

Maciej Mitreęa



Maciej Mitreęa jest profesorem, kierownikiem Katedry Zarządzania Relacjami Organizacji na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach oraz przewodniczącym Komitetu Naukowego Dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości UE. Główny obszar jego zainteresowań nauko-

wych koncentruje się na wykorzystaniu dynamicznych możliwości w marketingu i zarządzaniu, publikował w czołowych periodykach, takich jak International Journal of Operations & Production Management, Long Range Planning Industrial Marketing Management, Journal of Business Research oraz International Marketing Review. Ponadto w kilku z tych czasopism pełnił funkcję edytora współpracującego lub członka rad. Pełnił funkcję Marie Curie Fellow oraz Honorary Fellow w Manchester Business School. Od 2017 roku jest profesorem wizytującym w Czechach w Technical University of Ostrava.

Gérard Kokou Akrikpan Dokou



Gérard Kokou Akrikpan Dokou jest wykładowcą HDR w zakresie nauk o zarządzaniu, dyrektorem Centre Entrepreneuriat du Littoral (CEL) na Uniwersytecie Littoral Côte d'Opale. Jest również członkiem laboratorium LEM (Lille Économie Management UMR 9221).

Opracowuje oś badawczą dotyczącą „tożsamości przedsiębiorczości, terytorium i tworzenia przedsiębiorstw”, we współpracy z katedrą Przedsiębiorczości i Innowacji Uniwersytetu Laval w Quebecu (Kanada). Opublikował kilka książek i artykułów z tego zakresu. Jest również autorem systemu „Motywacje, umiejętności i zachowania przedsiębiorcze” (MACE) we współpracy z CCI Lille Nord de France. Jest regularnie zaangażowany w projekty badawcze finansowane przez władze lokalne Dunkierki, Lille oraz Hauts-de-France.

Krzysztof Kubacki



Krzysztof Kubacki jest profesorem, pracownikiem naukowym w Auckland University of Technology w Nowej Zelandii. Wcześniej pracował w Wielkiej Brytanii w University of Glamorgan, University of Wales in Aberystwyth oraz Keele University oraz na Griffith University

w Australii. Jest również profesorem wizytującym na University of Lethbridge w Kanadzie oraz na Politechnice Białostockiej. W latach 2013-2018 był również pracownikiem naukowym w VicHealth's Social Marketing Research Practice, gdzie zajmował się rozwojem i oceną kampanii marketingowych związanych m.in. ze zdrowiem, aktywnością fizyczną, zdrową dietą, równością płci, szkodliwością alkoholu. Obszar jego zainteresowań naukowych koncentruje się na zagadnieniach związanych z marketingiem sztuki, marketingiem miejsc, zarządzaniem wiedzą w szkolnictwie wyższym i marketingiem społecznym. Pełni funkcje współpracującego edytora lub członka rad m.in. w Journal of Marketing Management, Journal of Social Marketing i Transnational Marketing Journal. Rezultatem jego pracy naukowej jest ponad 100 publikacji: książek, rozdziałów w monografiach, artykułów naukowych w czasopismach oraz raportów rządowych i biznesowych.

Dariusz Siemieniako



Dariusz Siemieniako pracuje jako profesor uczelni w Politechnice Białostockiej i Akademii Leona Koźmińskiego. Jego badania koncentrują się na sile i asymetrii siły w relacjach biznesowych oraz na współpracy w rozwoju innowacji. Zajmuje się również badaniem relacji

międzyorganizacyjnych w odniesieniu do zrównoważonego rozwoju w obszarze społecznym. Pełni funkcje współpracującego edytora lub członka rad w kilku czasopismach naukowych, w tym: Industrial Marketing Management, Journal of Business Research, Oeconomia Copernicana, Central European Management Journal oraz Engineering Management in Production and Services. Publikował w czasopismach wysokiej jakości, w tym: Industrial Marketing Management, Journal of Business Research i Journal of Marketing Management. Jest założycielem i koordynatorem CID Group, nieformalnej międzynarodowej sieci badaczy i redaktorów czasopism. Był związany z Griffith University, Australia (2013-2019), jako Adjunct Associate Professor. Posiada kilkuletnie doświadczenie w praktyce biznesowej, pracując jako prezes, członek zarządu i dyrektor ds. rozwoju biznesu w kilku przedsiębiorstwach działających w środowisku międzynarodowym na rynkach B2B.

PUBLIKACJA OPŁATY

PUBLIKACJA

W czasopismach (w języku angielskim).

Edytorzy niżej wymienionych czasopism we współpracy z Komitetem Naukowym mogą zaprosić autorów wybranych pełnych tekstów artykułów lub rozszerzonych abstraktów (w języku angielskim) do przesłania tych prac do recenzji do redakcji czasopism (zgodnie z polityką i zasadami obowiązującymi w tych czasopismach). Edytorzy tych czasopism wyrazili zgodę na maksymalną liczbę artykułów, które mogą zostać opublikowane w tych czasopismach.

- **Oeconomia Copernicana** – 2 artykuły
Scopus; WoS: IF 2020 = 4.274; MNiSW: 100;
- **Central European Management Journal** – 3 artykuły
Scopus; WoS (Emerging Sources Citation Index); MNiSW: 100;
- **Engineering Management in Production and Services** – 5 artykułów
Scopus; MNiSW: 70;
- **Humanities and Social Sciences** – 5 artykułów
MNiSW: 70;
- **Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets** – 5 artykułów
special issue MNiSW: 40;
- **Modern Management Review** – 5 artykułów
MNiSW: 20.

Dodatkowe informacje dotyczące publikacji w czasopismach:

- Do czasopism, które są indeksowane w bazie Scopus mogą zostać zaproszone jedynie teksty, które zostały zaprezentowane w sesji *CID Seminar*;
- Do pozostałych czasopism zaproszone mogą zostać teksty zaprezentowane w dowolnej sesji;
- Wszystkie szczegółowe informacje na temat warunków publikacji znajdują się na stronie konferencji <https://konferencja-zm.w.prz.edu.pl/>;
- Opłata konferencyjna nie zawiera ewentualnych kosztów publikacji w czasopismach. Ponadto organizatorzy konferencji nie gwarantują publikacji artykułów w wymienionych powyżej czasopismach naukowych.

Rozdział w monografii (w języku polskim lub angielskim). Monografia wydana zostanie w 2023 roku.

- Wytyczne dotyczące przygotowania artykułu, rozdziału do monografii oraz rozszerzonego abstraktu zamieszczone są na stronie konferencji.

OPŁATY

Opłata obejmuje udział w konferencji i imprezach towarzyszących, dwa noclegi w hotelu Skalny SPA Bieszczady w pokoju 2-osobowym z wyżywieniem, przejazd autokarem na trasie Rzeszów-Polańczyk-Rzeszów, materiały konferencyjne, publikację w monografii naukowej.

Udział w konferencji bez publikacji w monografii naukowej – 1150 zł

Udział w konferencji z publikacją w monografii naukowej – 1450 zł

Opłata ulgowa za udział w konferencji (doktoranci) – 850 zł

Publikacja rozdziału w monografii bez udziału w konferencji – 350 zł

Dopłata do pokoju 1-osobowego 85 zł/noc

Wpłaty należy dokonać na numer konta:

Bank PEKAO S.A. II Oddział w Rzeszowie

Nr 29124026141111000039586445

SWIFT CODE PKOPPLPW /dotyczy wpłat zagranicznych/

z dopiskiem: „**NOZIJ**” i imię i nazwisko uczestnika

TERMINY KONTAKT

TERMINY

Obowiązujące terminy dotyczące udziału w konferencji oraz publikacji:

- do **15 lipca 2022 r.**
termin zgłoszenia udziału w konferencji (<https://konferencja-zm.prz.edu.pl/formularz-zgloszenia>);
- do **16 sierpnia 2022 r.**
termin przesłania rozszerzonego abstraktu lub pełnego tekstu artykułu na *CID Seminar* (j. angielski);
- do **16 sierpnia 2022 r.**
termin przesłania rozdziału do monografii;
- do **1 września 2022 r.**
termin przesłania autorom recenzji;
- do **10 września 2022 r.**
termin przesłania przez autorów poprawionych prac;
- do **12 września 2022 r.**
termin przesłania autorom informacji o akceptacji udziału w konferencji i *CID Seminar*;
- do **15 września 2022 r.**
termin dokonania wpłat za uczestnictwo w konferencji lub publikację rozdziału w monografii;
- **19 października 2022 r.**
rozpoczęcie konferencji w Rzeszowie, a następnie przejazd do Polańczyka.

KONTAKT

Politechnika Rzeszowska
Zakład Marketingu
Ul. Akademicka 2
35-084 Rzeszów

dr Joanna Wiażewicz
e-mail: konf_bieszczady@prz.edu.pl
tel.: +48 608 837 660

Strona internetowa konferencji:
<https://konferencja-zm.prz.edu.pl/>

ORGANIZATORZY



Wydział Zarządzania
Zakład Marketingu
Wydział Zarządzania
Politechnika Rzeszowska im. I. Łukasiewicza



Katedra Opakowania Towarów
Instytut Nauk o Jakości i Zarządzaniu Produktem
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

PATRONAT



Economic
Publishing
Platform