

Terminy

do 15.06.2017 r. - zgłoszenie udziału wraz z propozycją tytułu artykułu i streszczeniem
do 07.07.2017 r. - informacja o czasopiśmie, do którego skierowany zostanie artykuł
do 30.10.2017 r. - przesłanie artykułu
do 15.01.2018 r. - informacja o wyniku procesu recenzyjnego
do 15.02.2018 r. - przesłanie artykułu po naniesieniu ewentualnych uwag recenzentów
do 28.02.2018 r. - wniesienie opłaty

Opłata

udział w konferencji i publikacja artykułu – 1200 PLN
publikacja artykułu bez udziału w konferencji – 800 PLN
udział w konferencji bez publikacji artykułu – 800 PLN
Opłata nie obejmuje kosztów noclegu.

Publikacje

Handel Wewnętrzny (12 pkt.)
Economics and Business Review (15 pkt.)
Studia Oeconomica Posnaniensia (10 pkt.)
Marketing i Rynek (9 pkt.)

Kontakt

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
al. Niepodległości 10
61-895 Poznań
kontakt@zjazdkatedr2018.pl
telefon kontaktowy: 505 488 569
www.zjazdkatedr2018.pl

Komitet Organizacyjny

dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. nadzw. UEP – Przewodniczący
dr hab. inż. Magdalena Ankiel, prof. nadzw. UEP – Sekretarz
dr hab. Grzegorz Leszczyński, prof. nadzw. UEP
dr hab. Magdalena Florek, prof. nadzw. UEP
dr hab. Robert Romanowski
dr Marcin Lewicki
dr Bartosz Mazurkiewicz
dr Sylwia Michalak
dr Renata Nestorowicz



Poznań, 17-19 września 2018 r.

www.zjazdkatedr2018.pl

Organizatorzy



UNIwersytet
EKONOMICZNY
W POZNANIU

POLSKIE NAUKOWE
TOWARZYSTWO
MARKETINGU

Szanowni Państwo!

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu zaprasza przedstawicieli nauki i praktyki gospodarczej do udziału w XXVII Zjeździe Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. To najważniejsze wydarzenie integrujące środowisko naukowe odbędzie się w Poznaniu, mieście o wieloletniej tradycji akademickiej.

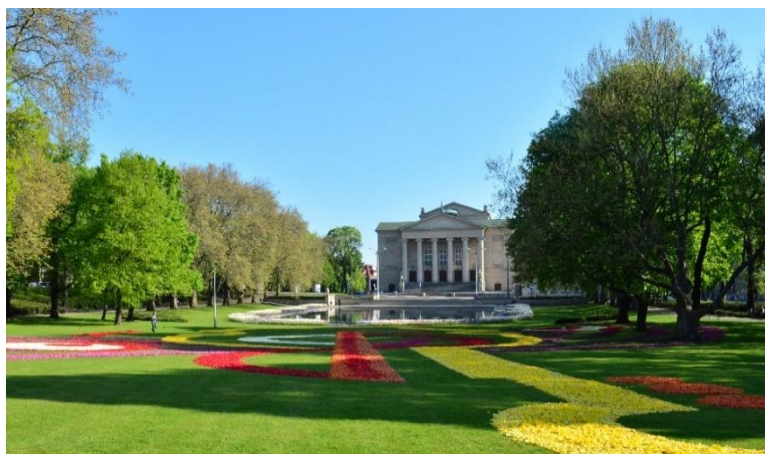
Wierzmy, że będzie to wyjątkowe spotkanie, które pozwoli uczestnikom podzielić się osiągnięciami naukowymi, wymienić doświadczenia i poszerzyć horyzonty wiedzy oraz będzie inspiracją do dalszych badań i znakomitą okazją do nawiązania lub zacieśnienia koleżeńskich relacji.

Spotkajmy się w Poznaniu!

Cel Zjazdu

Jesteśmy uczestnikami i świadkami przemian społecznych, politycznych i technologicznych, które tworzą nowe szanse dla konsumpcji, marketingu i handlu. Celem XXVII Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji jest stworzenie przestrzeni do zaprezentowania najnowszych wyników badań nad wyzwaniami płynącymi z tych przemian, a także integracja środowiska akademickiego wokół zagadnień związanych z nauką, dydaktyką i praktyką.

Najbliższy, XXVII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji będzie okazją do eksploracji dotychczasowych i odkrywania nowych obszarów badawczych, w szczególności poszukiwania horyzontów wiedzy o marketingu, handlu i konsumpcji. W ten sposób przyczyni się do pielęgnowania wieloletniej tradycji współpracy i integracji przedstawicieli naszego środowiska akademickiego.



Tematyka Zjazdu

- Marketing w gospodarce globalnej – strategie internacjonalizacji, kastomizacja w gospodarce globalnej, przedsiębiorstwa "born global".
- Innowacje w marketingu – zastosowanie technologii IT, innowacyjne formy budowania relacji z nabywcami, kastomizacja, marketing wartości.
- Neuromarketing – nowe metody i techniki badań marketingowych, komunikacja marketingowa oparta o neuronaukę, wykorzystanie neuromarketingu w zarządzaniu sprzedażą.
- Miejsce i rola marketingu we współczesnych przedsiębiorstwach – wpływ przemian pokoleniowych i kulturowych na strategie marketingowe przedsiębiorstw.
- Sieci i relacje biznesowe – współpraca partnerska, budowanie relacji i networking, B2B marketing.
- Marketing terytorialny – działania interesariuszy lokalnych, regionalnych i krajowych na rzecz podnoszenia atrakcyjności przestrzeni, koncepcja SMART City, budowanie „soft-power”.
- E-commerce, wirtualna rzeczywistość, Marketing 3.0 – strategie firm wykorzystujących środowisko WEB 3.0 i WEB 4.0.
- Rola handlu we współczesnej przestrzeni rynkowej – innowacyjne formaty handlu i formy koncentracji handlu, multi- i omnichanneling, internacjonalizacja handlu, nowoczesne technologie w handlu, kierunki rozwoju hurtu i detalu.
- Kierunki ewolucji i formy konsumpcji – etnocentryzm konsumencki, konsumpcja obywatelska, prosumpcja, konsumpcja oparta na wiedzy, relacje C2C.

Rada Naukowa

Prof. dr hab. Henryk Mruk, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu – Przewodniczący
Prof. dr hab. Bogna Pilarczyk, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu – Z-ca Przewodniczącego
Prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Prof. dr hab. Jan Wiktor, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Prof. dr hab. Genowefa Sobczyk, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
Prof. dr hab. Bogdan Sojkin, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Prof. dr hab. Krystyna Gutkowska, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Prof. dr hab. Wojciech Florkowski, Georgia State University, USA
Prof. Greg Kerr, University of Wollongong in Dubai, UAE/Australia
Prof. Mihalis Kavaratzis, University of Leicester, Wielka Brytania
Prof. Elena Horska, Slovak University of Agriculture in Nitra, Słowacja
Prof. dr hab. Anna Dąbrowska, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie
Prof. dr hab. Jacek Otto, Politechnika Łódzka
Dr hab. Barbara Borusiak, prof. nadzw. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Dr hab. Grzegorz Maciejewski, prof. nadzw. UE, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach