

### 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](http://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.

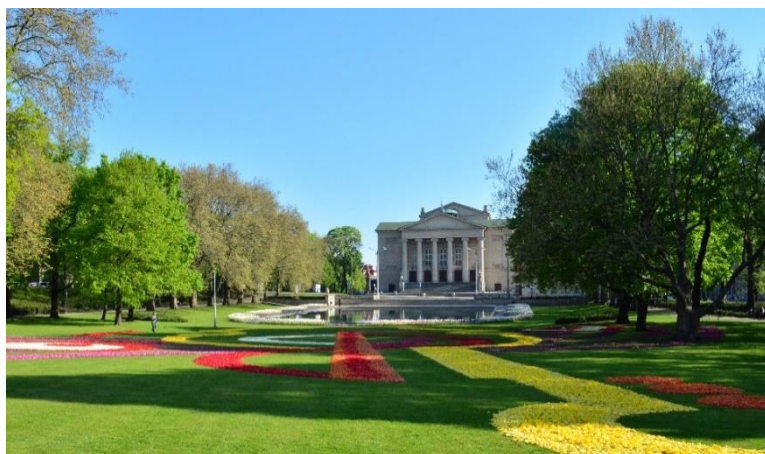
Wierzmy, że będzie to wyjątkowe spotkanie, które pozwoli uczestnikom podzielić się osiągnięciami naukowymi, wymienić doświadczenia i poszerzyć horyzonty wiedzy oraz będzie inspiracją do dalszych badań i znakomitą okazją do nawiązania lub zacieśnienia koleżeńskich relacji.

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