

## **Recenzja**

### **dorobku naukowego dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej w postępowaniu habilitacyjnym o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości**

#### **1. Podstawa sporządzenia recenzji i kluczowe uwagi**

Recenzja została opracowana w oparciu o pismo Pani dr hab. Ewy Wszendybył-Skulskiej, prof. UJ Z-cy Przewodniczącego Rady Dyscypliny NoZiJ Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, informujące mnie o funkcji recenzentki w postępowaniu habilitacyjnym pani dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej (uchwała nr 1/I/2024 RD NoZiJ z 17 stycznia 2024 r.) prowadzonym przez Komisję pod przewodnictwem Prof. dr hab. Szymona Cyferta (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu) przed Radą Dyscypliny Nauk o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Przygotowana recenzja respektuje regulacje prawne, w tym ustawę z dn. 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2023 r. poz 742 ze zm.), w tym przepisy Rozdziału 3. Art. 219 ust. 1 i art. 221 ust. 8 oraz standardy sporządzania recenzji w postępowaniach awansowych.

Na podstawie analizy otrzymanej dokumentacji, i nawiązując do formalno-prawnych kryteriów i warunków stawianych przez Ustawę wobec stopni naukowych oraz wymagań w stosunku do recenzji, w tym potrzeby sformułowania jednoznacznej konkluzji – wyrażam stanowisko, że wniosek dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej zdecydowanie zasługuje na ocenę pozytywną. Opinię taką formułuję w oparciu o szczegółową lekturę i ocenę przedstawionej mi dokumentacji, w szczególności (1) podstawowego osiągnięcia naukowego (Art. 219 pkt 1. ust. 2) – monografii: Budzanowska-Drzewiecka M. (2023), Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem Internetu (eWOM). Charakter i efekty perswazyjne, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Wyd. I, ISBN 978-83-233-5269-3, ss. 420 oraz (2) osiągnięć uzyskanych w wyniku wykazania się istotną aktywnością naukową realizowaną w więcej niż jednej uczelni (jednostce naukowej) (Art. 219 pkt 1. ust. 3) w tym poza jednostką macierzystą: Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, m.in. w takich uczelniach, jak: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie (staż naukowy), Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Wyższa Szkoła Europejska ks. J. Tischnera, Krakowska Szkoła Wyższa im. A.F. Modrzewskiego, Profesjonalna Szkoła Biznesu w Krakowie, Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Katolicki Uniwersytet Lubelski, University of Applied Labour Studies w Mannheim (Niemcy), Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku, Nottingham Business School, Nottingham Trent University (Nottingham, Wielka Brytania), Instituto Politécnico do Cávado e Ave (IPCA) Portugalia, ale także z uwzględnieniem opisanych w dokumentacji osiągnięć naukowych, dydaktycznych, organizacyjnych i popularyzujących naukę w całym okresie pracy naukowej Kandydatki, w tym po uzyskaniu przez Nią w 2006 roku stopnia doktora. Szczegółowe uzasadnienie przedstawiam w dalszej części recenzji.

## 2. Ocena formalna przedstawionych dokumentów

Wraz z informacją o powołaniu mnie jako recenzentki w postępowaniu habilitacyjnym dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej otrzymałam następującą dokumentację podstawową (w wersji drukowanej i elektronicznej):

- Wniosek z dnia 29.09.2023 roku o przeprowadzenie postępowania w sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości
- Monografię, wskazywaną jako główne osiągnięcie naukowe:  
Budzanowska-Drzewiecka M. (2023), Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem Internetu (eWOM). Charakter i efekty perswazyjne, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Wyd. I, ISBN 978-83-233-5269-3, ss. 420.
- Wykaz osiągnięć naukowych albo artystycznych, stanowiących znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości, ss. 28.
- Dyplom potwierdzający posiadanie stopnia doktora
- Autoreferat przedstawiający opis kariery zawodowej oraz istotnej aktywności naukowej, ss. 40.
- Zaświadczenie o odbyciu stażu naukowego

Oraz nośnik elektroniczny pendrive z folderem: Postępowanie habilitacyjne Budzanowska\_Drzewiecka, w tym dokumenty wskazane powyżej i poniżej.

Materiały uzupełniające (tylko w wersji elektronicznej):

- Publikacje poza dziełem wskazanym jako główne osiągnięcie, w tym
  - (1) 44 artykuły opublikowane po doktoracie w czasopiśmie naukowych.
  - (2) Monografia współautorska Budzanowska-Drzewiecka M., Marcinkowski A.S., Motyl-Adamczyk A. (2016). Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, ISBN: 978-83-233-9431-0 (pdf.), ss. 167 [o wkładzie 60% Habilitantki, w tym prace koncepcyjne, redakcyjne i współautorstwo rozdziału 2. Komunikacja międzykulturowa – wybrane uwarunkowania i konsekwencje dla biznesu, s. 49-74 oraz autorstwo dwóch rozdziałów 3. Komunikacja werbalna i niewerbalna na zróżnicowanych kulturowo rynkach, s. 75-110 i 4. Reklama jako forma komunikacji marketingowej na zróżnicowanych rynkach, s. 111-146].
  - (3) Monografia: Jakość kształcenia akademickiego (2022), redaktorki: Bugaj, J., Budzanowska-Drzewiecka, M., Kraków: Wydawnictwo UJ, ss. 234, w której Habilitantka poza współredakcją, ma autorski rozdział 3. Studiowanie przypadków: Metodyka postępowania badawczego, s. 63-81.
  - (4) Rozdziały w monografiach dydaktycznych
    1. Budzanowska-Drzewiecka M. (2007). Zachowania konsumenta. W: M. Dołhasz (red.) Podstawy marketingu. Materiały dydaktyczne, Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne Sp. ZO.O. – Oficyna Wydawnicza AFM, s. 40-56.
    2. Budzanowska-Drzewiecka M. (2007). Produkt. W: M. Dołhasz (red.) Podstawy marketingu. Materiały dydaktyczne, Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne Sp. ZO.O. – Oficyna Wydawnicza AFM, s. 73–87.
  - (5) 22 opublikowane po doktoracie rozdziały w monografiach naukowych.
- Oświadczenia o współautorstwie do 29 publikacji.
- Kopie dyplomów i certyfikatów, potwierdzających wykształcenie.

- Potwierdzenia uczestnictwa w projektach badawczych i najważniejsze wyróżnienia.
- Sprawozdanie ze stażu naukowego w SGH w Warszawie zaakceptowane przez opiekuna oraz stosowne zaświadczenie.

Dostarczona mi dokumentacja jest kompletna, obszerna i zdecydowanie wystarczająca do sporządzenia opinii w procesie habilitacyjnym. Przesłane dokumenty zostały przygotowane z dużą starannością i szczegółowością.

### **3. Sylwetka Habilitantki (podstawowe informacje o wykształceniu i podnoszeniu kwalifikacji)**

Na podstawie przedstawionej dokumentacji stwierdzam, że dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka w 1997 roku ukończyła studia magisterskie na Uniwersytecie Jagiellońskim (Wydział Filozoficzny, kierunek Pedagogika Resocjalizacyjna, temat pracy: „Rozwój emocjonalny i samoocena dzieci z rodzin alkoholowych”, promotor: prof. dr hab. Stanisław Pałka), uzyskując tytuł magistra.

Habilitantka jest absolwentką Studium Zarządzania i Biznesu (1996-1997) przy Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego.

W latach 1999-2006 zrealizowała Studia doktoranckie na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. W 2006 roku na podstawie rozprawy doktorskiej pt. „Społeczne uwarunkowania zachowań rynkowych konsumentów w wieku 9–11 lat w środowisku wielkomiejskim” napisanej pod kierunkiem promotora doc. dr hab. Tadeusza Borkowskiego, uzyskała stopień doktora nauk humanistycznych w zakresie nauk o zarządzaniu.

Systematycznie zdobywa nową wiedzę, umiejętności i kompetencje przydatne w pracy naukowca, dydaktyka i praktyka biznesu, szczególnie w obszarach wiedzy z nauk o zarządzaniu i jakości o czym świadczy udział w kolejnych szkoleniach (w tym m.in. z zarządzania projektami; profesjonalnej obsługi klienta; sztuki mówienia, audytor wewnętrzny, programu STATISTICA, ochrony prawnej publikacji, przygotowywania wniosków o grant, funduszy strukturalnych dla szkół wyższych, analizy wielowymiarowej, badań jakościowych online, neurobadań, socjologii wizualnej, grywalizacji, Impact Factor – wiedza ma moc, instrumentarium naukowca, wizerunek marki w mediach społecznościowych, zastosowania statystyki i metod data mining w badaniach naukowych, efektywne publikowanie naukowe – projekt naukowiec, szkoła tutorów i wiele innych), co skłania do pozytywnej opinii.

### **4. Ocena podstawowego osiągnięcia naukowego Habilitantki (art. 219 ust. 1 pkt 2a Ustawy)**

Monografia zatytułowana „Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem Internetu (eWOM). Charakter i efekty perswazyjne” jest zwieńczeniem dotychczasowej kariery naukowej dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej, i w znakomitej większości odnosi się do zagadnień komunikacji *word of mouth* w sieci, zachowań nabywców, perswazyjności komunikacji z użyciem środków technicznych i jej uwarunkowań oraz problematyki ściśle z tym powiązanej.

Praca liczy 420 stron, składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, zakończenia, bibliografii, spisów: tabel, rysunków i wykresów oraz załączników. Została napisana w oparciu o bogate źródła literaturowe zestawione aż na 66 stronach książki (bez numeracji, średnio 13 pozycji na stronie) w znakomitej większości anglojęzyczne, co zdaje się świadczyć o rzetelności systematycznego przeglądu dostępnych publikacji. Zawarto w niej 50 opracowań tabelarycznych, 37 rysunków i 39 wykresów. Dołączone na końcu pracy załączniki: pierwszy zawiera założenia i procedurę systematycznego przeglądu literatury: emocje w kierunku eWOM; drugi – założenia i podsumowanie systematycznego przeglądu literatury: wymiary kulturowe Hofstedeego w komunikacji eWOM; trzeci – zestaw treści bodźców

eksperymentalnych; czwarty – przykład graficznej prezentacji bodźca prezentowanego respondentom; piąty – wzory kwestionariuszy badawczych użytych w przeprowadzonych badaniach.

Układ pracy jest poprawny, z zachowaniem zasady „od ogółu do szczegółu”. Autorka koncentruje się na zagadnieniach stricte powiązanych z tematem, nie próbując osadzić komunikacji eWOM w szerszym kontekście, co zwykle czyni się pisząc tego typu prace. Uważam jednak to za właściwe, a szerokość rozważań świadczy o wnikliwości podejścia i dowodzi dużej wiedzy Habilitantki w zakresie analizowanych zagadnień, a uwzględniając przyjęty problem naukowy i badawczy o rzetelności ich rozpracowania.

Praca ma charakter teoretyczno-empirycznego, pogłębionego studium. Prowadzi ono Autorkę do osiągnięcia sformułowanego celu „uzupełnienie wiedzy z zakresu perswazyjnych efektów komunikacji eWOM poprzez ustalenie znaczenia emocji dyskretnych ujawnianych przez twórców recenzji internetowych w procesach nabywczych konsumentów w odniesieniu do dwóch rodzajów produktów typu *search* i *experience*”. Habilitantka wyznaczyła cele teoretyczne – uporządkowanie istniejących koncepcji teoretycznych pozwalających na opisanie komunikacji eWOM jako procesu dzielenia się komunikatami między konsumentami za pośrednictwem internetu oraz rozszerzenie teorii z zastosowaniem podejścia eksperymentalnego (paradygmat pozytywistyczny, dedukcyjna strategia badawcza) w zakresie perswazyjnych efektów wywołanych przez emocjonalne atrybuty komunikatów eWOM (recenzji online). Cele metodyczne – usystematyzowanie metodologicznych aspektów badania perswazyjności komunikacji eWOM i wypracowanie procedury pozwalającej na przygotowanie bodźców i narzędzi niezbędnych do zgromadzenia danych. Oraz cele empiryczne – poszerzenie istniejącej wiedzy z zastosowaniem podejścia eksperymentalnego w zakresie efektów perswazyjnych wywoływanych przez emocjonalne atrybuty recenzji internetowej, tj. walencję (pozytywną, negatywną i neutralną) przekazu oraz ujawniane w recenzjach internetowych emocje dyskretne (pozytywne i negatywne; o wysokim i niskim stopniu pobudzenia), a także w odniesieniu do ich moderatorów – rodzaju produktu i płci recenzenta. Sformułowane cele jasno i precyzyjnie wskazują zakres prac.

Problematyka monografii osadzona jest w naukach o zarządzaniu i jakości, zwłaszcza w marketingu jako szczególnej funkcji zarządzania, nawiązuje do uwarunkowań komunikacji marketingowej online i zachowań konsumenckich. Niemniej ze względu na specyfikę komunikacji eWOM z uwzględnieniem emocji dyskretnych ujawnianych przez twórców recenzji internetowych monografia ma charakter interdyscyplinarny. Habilitantka przy jej opracowaniu sięgnęła uzupełniająco po wiedzę z zakresu psychologii, komunikacji społecznej czy lingwistyki. Struktura monografii odpowiada rygorom poznania naukowego i jego empirycznego rozpracowania.

W rozdziale pierwszym Autorka dokonuje przeglądu teoretycznych aspektów komunikacji eWOM. Z mistrzowską precyzją przywołuje stanowiska wielu badaczy i w szczególności je analizuje. Przechodząc od tradycyjnej komunikacji *word of mouth*, przez nową formę nieformalnej komunikacji w sieci pomiędzy konsumentami eWOM, charakteryzuje jej uwarunkowania i przemiany w przedmiocie rozważań oraz ustala w oparciu o dogłębny przegląd literatury autorską definicję *komunikacji eWOM* (zamiennie nazywana *nieformalną komunikacją online*) *to dynamiczny i ciągły proces pozwalający na tworzenie i wymianę informacji oraz opinii dotyczących oferty rynkowej i doświadczeń konsumpcyjnych między potencjalnymi, aktualnymi lub byłymi klientami, która wykorzystuje narzędzia cyfrowe i jest skierowana przede wszystkim do innych konsumentów; tym samym nie poddaje się kontroli ze strony nadawcy przekazu promocyjnego* (s. 47). W ostatnim podrozdziale rzeczowo przybliżyła specyficzną formę komunikacji marketingowej inicjowanej przez przedsiębiorstwa tzw. *electronic word of mouth marketing* eWOMM. Treści rozdziału mają charakter rozważań naukowych i na wysokim poziomie

szczegółowości, są spójne i logiczne oraz dowodzą dużej znajomości problematyki i stanowią bardzo mocny fundament do dalszego dyskursu i eksploracji.

W rozdziale drugim omówiono miejsce i rolę komunikacji eWOM w procesie podejmowania decyzji nabywczych. Habilitantka w wyniku studiów literatury proponuje cztery podstawowe płaszczyzny analizy efektów elektronicznej komunikacji nieformalnej w procesach decyzyjnych konsumentów (rys. 12, s. 70): podmiot zainteresowany efektami eWOM w perspektywie rynkowej i osobistej; sektor/produkt dla którego toczy się komunikacja nieformalna; charakter wpływu – bezpośredni czy pośredni oraz etap/przebieg procesu decyzyjnego. Interesujące są szczegółowe polemiki do badań nad komunikacją eWOM innych autorów, takich, jak: Ismagilow et. al.; Davis, Khazanchi,; Hong et. al. i wielu innych. Sporo uwagi poświęca zagadnieniu źródeł informacji, z których korzystają współcześni cyfrowi nabywcy. Przybliża komunikację eWOM jako kluczowe źródło pozyskiwania informacji przez konsumentów, z użyciem różnych urządzeń i zasobów dostępnych w sieci z akcentem na media społecznościowe. W inspirujący sposób kategoryzuje źródła informacji i ich wiarygodność. Odnosi się do ważnych zagadnień – zarządzania doświadczeniami klienta, ścieżki doświadczeń i zaangażowania konsumentów. Po wielowątkowej analizie uwarunkowań korzystania przez konsumentów z komunikatów eWOM jako nieformalnych źródeł informacji rynkowej w Internecie dochodzi do słusznego wniosku, że *recenzje online przyciągają uwagę zarówno konsumentów podczas podejmowania decyzji, jak i badaczy zainteresowanych tym zagadnieniem. Wynika to nie tylko z powszechności ich występowania, lecz także z możliwości prezentowania w nich zarówno faktów (funkcja informacyjna), jak i rekomendacji (funkcja perswazyjna) wywołanych wcześniejszymi doświadczeniami konsumentów z ofertą rynkową* (s. 111).

W rozdziale trzecim omówiono uwarunkowania perswazyjności komunikacji eWOM z uwzględnieniem modeli i kategorii czynników wzmacniających oraz atrybutów przekazu determinujących perswazyjność nieformalnej komunikacji w sieci. Autorka dokonała także systematyzacji ustaleń dotyczących znaczenia afektywnych atrybutów komunikatów eWOM (szczególnie emocji dyskretnych) w ocenie perswazyjności oraz ustaleń na temat roli wskazówek o nadawcy w perswazyjności nieformalnych komunikatów w sieci. W mojej opinii wartość poznawcza i merytoryczna rozdziału jest wysoka i nie mam uwag krytycznych, ani polemicznych.

Czwarty rozdział monografii naukowej zawiera założenia i metodykę badań empirycznych. Wychodząc od przybliżenia podejść i metod stosowanych w badaniu efektów perswazyjnych komunikacji eWOM, Autorka scharakteryzowała wypracowany Model konceptualny – perswazyjność emocji ujawnianych przez nadawców w recenzjach internetowych (rys. 32, s. 200), następnie opisała przyjętą strategię badawczą i testowanie hipotez. Ważnym krokiem w zrealizowanym eksperymentalnym podejściu badawczym był czteroetapowy proces przygotowania i testowania bodźców eksperymentalnych – tekstów recenzji internetowych wykorzystanych w badaniach głównych (rys. 33, s. 211). W ostatnim podrozdziale znalazły się podstawowe informacje o próbie badawczej (635 dorosłych Polaków), a właściwie próbach badawczych w poszczególnych trzykrotnych eksperymentach na dużym poziomie ogólności z adnotacją „uczestników zrekrutowano w ramach panelu internetowego Syno Media Panel Poland”. Intryguje także informacja, że „badani zostali zrekrutowani [...] za niewielką rekompensatą finansową” (s. 223).

Opis założeń i metodyki badań empirycznych jest właściwy, zgodny z rygorami metodologicznymi i najważniejsze o cechach nowości w podejściu (własny Model konceptualny) do podjętego problemu badawczego, z autorskimi narzędziami pomiarowymi i w pełni satysfakcjonującym szczegółowym sposobem opisu poszczególnych działań w przeprowadzonym postępowaniu i realizacji projektu własnych badań empirycznych na potrzeby monografii naukowej. Odbiór ułatwia prezentowanie informacji nie tylko w ciągłym tekście pisanym, ale dodatkowo na rysunkach, czy w tabelach dla kluczowych elementów postępowania, wypracowanych modeli, procedur z uwzględnieniem składowych, powiązań, kolejnych kroków / działań, czy graficznego zobrazowania hipotez.

Reasumując, tak ukształtowane założenia i metodyka badań empirycznych uważam za właściwe, ambitne, z wykorzystaniem coraz bardziej docenianego w naukach o zarządzaniu i jakości podejścia eksperymentalnego. Ma to istotne znaczenie w ocenie wkładu Autorki w rozwój dyscypliny naukowej, w której ubiega się o stopień doktora habilitowanego.

Rozdział piąty zawiera wartościowe wyniki badań pierwotnych Habilitantki, który kończy dyskusją naukową w odniesieniu do wielu projektów i wyników wcześniej prezentowanych autorów. Kolejno omówione zostały rezultaty przeprowadzonych eksperymentów. Autorka monografii wykazuje się dużym kunsztem w ich prezentacji. W mojej opinii rozdział ten zawiera najbardziej wartościowe poznawczo informacje wyraźnie poszerzające wiedzę w zakresie rozważanej w opracowaniu problematyki. Kolejno opisane zostały efekty perswazyjne wywołane przez emocjonalne atrybuty recenzji 1. produktu experience; 2. produktu serach; z uwzględnieniem 3. rodzaju produktu; 4. Płci respondenta.

Walorem opiniowanej monografii naukowej jest podsumowywanie przez Autorkę kolejnych etapów prac i poszczególnych rozdziałów. W zakończeniu pracy zawarto najważniejsze wnioski wypływające z treści opracowania w odniesieniu do przyjętych celów i hipotez. Autorka zaprezentowała syntetyczne spojrzenie na problem dając tym samym dowód umiejętności zwięzłego i konkretnego wyrażania swoich poglądów i wniosków. Wskazała ograniczenia zrealizowanych badań i zaproponowała kierunki dalszych prac badawczych w zakresie rozważanej tematyki. Uważam, że Habilitantka właściwie rozpracowała temat – *nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem Internetu (eWOM) – charakter i efekty perswazyjne*. Sposób prowadzenia wywodu, w tym dobór i kompletność argumentów oraz adekwatność wyprowadzonych na tej podstawie wniosków ocenia się pozytywnie.

W mojej opinii Autorka wykazała się umiejętnością przytaczania stanowisk innych autorów i ich konstruktywnego komentowania, posiada umiejętność prowadzenia logicznego wywodu naukowego, formułowania wniosków, samodzielnie zaproponowała modele badawcze i koncepcyjne. Przeprowadzone przez Autorkę badania własne wtórnych i pierwotnych źródeł informacji oraz ich analiza i sposób prezentacji wyników wskazują, że posiada ona umiejętność zaprojektowania i zrealizowania badań naukowych. Potrafi także opisać ograniczenia podjętych badań oraz wskazać ich dalsze kierunki, co wysoko oceniam u Kandydatki na doktora nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Ogólna ocena recenzowanej monografii jest pozytywna. Autorkę cechuje duża erudycja wynikająca z bardzo dobrej znajomości literatury, a także dobre przygotowanie metodyczne do pracy naukowo-badawczej. Potrafi w stawianych problemach badawczych i interpretacji wniosków stosować koncepcje z zakresu nauk o zarządzaniu, zwłaszcza w obszarze marketingu. W ujęciu ogólnym, całościowym

recenzowana monografia w swym nurcie teoretycznym i metodycznym wzbogaca dorobek nauk o marketingowym zarządzaniu organizacją, wnosi nowe spojrzenie na podjęty, rzadko podejmowany we wcześniejszych opracowaniach problem.

Za najważniejsze osiągnięcia Habilitantki w recenzowanej monografii uznaje:

1. Rozpoznanie luki w dotychczasowym dorobku naukowym w zakresie uwarunkowań perswazyjności komunikacji nieformalnej w sieci i jej oddziaływania na zachowania innych uczestników gry rynkowej (szczególnie w relacji „konsument – konsument”).
2. Umiejętność dokonywania przeglądu istniejącego stanu wiedzy z zachowaniem przejrzystości wywodu, syntetycznego ujęcia poruszanych zagadnień i kojarzenia ich z postawionym w monografii problemem naukowym i badawczym.
3. Pogłębienie wiedzy o znaczeniu emocji ujawnianych w wystawianych recenzjach w sieci przez konsumentów różnych płci dla wybranych kategorii produktów i ich wpływie na zachowania czytających recenzje, w tym m.in. na decyzje nabywcze.
4. Wnikliwe spojrzenie na uwarunkowania perswazyjności komunikacji eWOM dla wybranych kategorii produktów i z uwzględnieniem precyzyjnie wskazanych czynników.
5. Wypracowanie autorskiej metodyki badań z wykorzystaniem metod eksperymentalnych do testowania reakcji na emocjonalne atrybuty recenzji konsumenckich online produktów *search i experience* i zgodną z metodologią badań naukowych realizację projektu badań empirycznych.
6. Przeprowadzenie szerokiej analizy statystycznej uzyskanych danych, z wnikliwą i poprawną analizą wyników oraz wypracowaniem wniosków.
7. Przygotowanie rekomendacji dla marketerów w zakresie wykorzystania uzyskanych wyników oraz ustaleń.
8. Poszerzenie rozwiązań przydatnych osobom zainteresowanym skutecznością nieformalnej komunikacji marketingowej w sieci z uwzględnieniem wybranych rodzajów produktów, zarówno naukowcom, jak i praktykom.
9. Umiejętne łączenie teorii, koncepcji i rozwiązań modelowych z osiągnięciami praktyki gospodarczej w postaci wypracowanych wniosków i rekomendacji, dowodzących koegzystencji oraz synergii dorobku świata nauki ze światem praktyki gospodarczej w zakresie zachowań nabywców i nieformalnej komunikacji marketingowej w sieci dostosowanej do obecnych uwarunkowań społecznych, technologicznych, gospodarczych i zarządczych.
10. Wskazanie ograniczeń przeprowadzonych badań oraz proponowanych ich dalszych kierunków.
11. Udaną próbę wnikliwego spojrzenia na podjęty w pracy problem i pogłębienie wiedzy z nauk o zarządzaniu i jakości w zakresie nieformalnej komunikacji konsumentów w sieci bez kontroli oferentów dóbr, jej uwarunkowań, perswazyjności i generowanych skutków.
12. Umiejętność utrzymania odpowiedniego dystansu do badanych zagadnień, nie poddawanie się chwilowym emocjom, lecz obiektywne spojrzenie na dotychczasowy dorobek naukowy w wybranym obszarze wiedzy, konsekwentne prace naukowo-badawcze z zaproponowaniem nowego podejścia i wypracowaniem autorskich rozwiązań o istotnym znaczeniu naukowym i praktycznym.

Reasumując, przedstawione przez dr Małgorzatę Budzanowską-Drzewiecką podstawowe osiągnięcie naukowe tj. monografia „Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem Internetu (eWOM). Charakter i efekty perswazyjne” spełnia wymagania stawiane publikacjom naukowym zarówno w odniesieniu do podjętego obszaru problemowego o dużym znaczeniu i aktualności, jak i z uwagi na zastosowane narzędzia i całą metodykę badań oraz sprawność posługiwania się aparatem pojęciowym przynależnym dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Autorka wykazała się bardzo

dobrym warsztatem naukowym, posiada umiejętność krytycznej analizy tekstów i formułowania wniosków. Oceniana monografia to dojrzałe dzieło, o istotnych walorach poznawczych i naukowych zarówno w części teoretycznej, jak i empirycznej. Zawartość monografii jednoznacznie świadczy o dojrzałości naukowej Autorki. Co istotne wypracowane wnioski i rekomendacje mają duże walory dla naukowców i praktyków.

Konkludując, monografia wskazana przez Habilitantkę jako główne osiągnięcie wypełnia zidentyfikowaną lukę badawczą i wnosi istotny wkład w rozwój nauk o zarządzaniu i jakości.

## **5. Ocena aktywności naukowej i osiągnięć we współpracy z innymi uczelniami (art. 219 ust. 1 pkt 3 Ustawy)**

Współpraca z innymi ośrodkami naukowymi obejmowała kooperację naukowo-badawczą, staż naukowy, wyjazdy studyjne i dydaktyczne.

W 2023 roku dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka zrealizowała staż naukowy w Katedrze Badań Zachowań Konsumentów (Instytut Zarządzania, Kolegium Zarządzania i Finansów, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie). Między innymi skutecznie włączyła się w prace naukowo-badawcze jednostki, czego dowodem są wspólne prezentacje wyników badań i publikacje naukowe. Następstwem jest także trend umiędzynarodowienia tychże prac, w tym badań zespołu: Budzanowska-Drzewiecka M. (Uniwersytet Jagielloński w Krakowie), Lubowiecki-Vikuk A. (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie), Borzyszkowski J. (Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku), Taheri B. (Nottingham Business School, Nottingham Trent University, (Nottingham, Wielka Brytania), zmierzające do poszerzenia wiedzy, kompetencji i wypracowania oryginalnej metodyki badawczej wymagającej pomiar emocji oraz prace z zakresu *zrównoważonych zachowań organizacji w różnych sektorach*.

W latach 2021-2022 jako główny wykonawca brała udział w międzynarodowym projekcie naukowo-badawczym nt. „Kobiety i mężczyźni pokolenia Y na rynku pracy” (*Women, Men and Success: Pathways to Achievement*) realizowanym w kooperacji University of Applied Labour Studies w Mannheim (Niemcy) i Uniwersytet Jagielloński w Krakowie (Polska), nr umowy: 817.063.7.2017.

Wykazuje się współpracą z redakcjami czasopism znajdujących się na liście *Journal Citation Reports*, tj. *Management of Environmental Quality*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* i *Journal of Organizational Change Management*. Jak podaje recenzowała materiały konferencyjne (konferencje międzynarodowe EMAC) i współpracuje z redakcjami czasopism polskich o zasięgu krajowym i międzynarodowym oraz redaktorami monografii wieloautorskich (jest współredaktorem w 7 książkach).

Zrealizowała 17 projektów badawczych w ramach badań własnych i działalności statutowej Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego, w tym 15 po doktoracie z czego 7 jako kierownik, pozostałe we współpracy z innymi naukowcami.

Habilitantka uczestniczyła w programach europejskich: 1. Program Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego (2019–2023) w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014–2020 współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach unii Europejskiej, m.in. ukierunkowanego na kształcenie studentów zagranicznych; 2. Projekt *Kompetentnie ku Przyszłości* (2008–2009) zrealizowany przez Centrum Rozwoju Strategicznego Wyższej Szkoły Europejskiej im. ks. J. Tischnera, finansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego; 3. Program Erasmus+ (2019-2022) – w ramach Staff Mobility for Teaching: University of Valladolid, Campuse in Segiovia, Hiszpania; Staff Mobility for Training: University of Applied Labour Studies w Mannheim, Niemcy.



W dokumentacji Habilitantka wykazała wiele działań zespołowych, w tym 29 publikacji współautorskich, co moim zdaniem potwierdza jej istotną mobilność naukową. Wyraźny jest także trend umiędzynarodowienia prac naukowo-badawczych, co mam nadzieję poza publikacjami w międzyuczelnianych Zespołach [Lubowiecki-Vikuk A., Budzanowska-Drzewiecka M., Borzyszkowski J., Taheri B. (2023). Critical reflection on VUCA in tourism and hospitality marketing activities. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(8), 2983–3005. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0479>] przyczyni się do jej udziału w nowych międzynarodowych projektach badawczych.

Dwukrotnie w ramach programu OPUS-8 (2014) i OPUS-18 (2019) ubiegała się o przyznanie środków na realizację działań naukowych, ale nie zostały zakwalifikowane do finansowania.

W załączniku 4. dokumentacji przedstawiła również Impact Factor (w dziedzinach i dyscyplinach, w których parametr ten jest powszechnie używany jako wskaźnik naukometryczny) wg zestawienia Biblioteki Wydziałowej; Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ; Analiza bibliometryczna dorobku naukowego Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej na dzień 18.09.2023 roku, z którego wynika że ma indeks Hirscha na poziomie 7 i dla trzech publikacji wskazania IF.

## **6. Ocena aktywności dydaktycznej, organizacyjnej i popularyzującej naukę**

Habilitantka posiada znaczne doświadczenie w pracy w jednostkach naukowych od czerwca 2002 roku i nadal. Jak podaje, obecnie jest zatrudniona w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego, gdzie pracuje na stanowisku adiunkta w Katedrze Systemów Zarządzania. Ma doświadczenie w prowadzeniu zajęć dla studentów studiów pierwszego i drugiego stopnia, jak również doktorantów. Edukuje w zakresie: marketingu, zachowań konsumenckich oraz metodyki badań m.in. przedmioty: Marketing elektroniczny, Public Relations, Zachowania konsumenckie, Różnice kulturowe i wielokulturowość, Różnice kulturowe w biznesie, Metodyka badań naukowych. W innych jednostkach naukowych prowadziła np. zajęcia wykładowo-konwersatoryjne ze Statystyki i demografii oraz Metod badań społecznych i politologicznych; na studiach podyplomowych z zakresu Badań marketingowych, a także z przedmiotów: Zarządzanie i planowanie marketingowe, Marketing, Marketing w handlu i usługach, Podstaw zarządzania i organizacji, Nowoczesnych metod zarządzania oraz Metod i technik badań społecznych.

W ramach prac organizacyjnych pełniła wiele funkcji, w tym np. Przewodnicząca komisji egzaminów dyplomowych magisterskich i licencjackich na Uniwersytecie Jagiellońskim: 125 obron; Autorka procedur wprowadzonych w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania jakością zgodnego z ISO 9001; Auditor wewnętrzny – ISO9001:2008, LRQA, nr certyfikatu 09/5196; Członkini Rady Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego w kadencji 2012–2016 jako przedstawicielka pracowników niesamodzielných; Członkini zespołu ds. przeprowadzenia corocznej oceny efektów kształcenia w Instytucie Ekonomii i Zarządzania dla kierunku Zarządzanie; Przewodnicząca Wydziałowej Komisji Rekrutacyjnej na studia II stopnia (maj–grudzień) na Wydziale Zarządzania i komunikacji Społecznej (nabór na rok akademicki 2012/2013); Koordynator ds. sylabusów w Zakładzie Socjologii Organizacji i Zarządzania, Instytut Ekonomii i Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego; Sekretarz i koordynator Wydziałowej Komisji Rekrutacyjnej na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego (nabór na rok akademicki 2010/2011).

Do ważnych projektów przeprowadzonych przez Habilitantkę (jako pomysłodawcę i organizatora) zaliczam cykl seminariów *Praktyka Nauce. Nauka Praktyce* kierowanych do studentów, naukowców

i praktyków realizowanych w Instytucie we współpracy z Polskim Towarzystwem Badaczy Rynku i Opinii. Kilka razy organizowała także warsztaty dla studentów w ramach projektu *Akademia Umiejętności Maspexu*. Wreszcie, jak podaje zainteresowana inicjatywą łączącą w sobie kwestie naukowe, dydaktyczne oraz organizacyjne był Projekt BiBiDi (projekt dydaktyczno-badawczy w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie przy współpracy z firmą Spotlight Research zrealizowany w latach 2018–2019; nr umowy: 827.060.06.2018), którym kierowałam. Poza realizacją wspólnych badań zakładał on przygotowanie i przeprowadzenie cyklu warsztatów metodologicznych z udziałem badaczy-praktyków ze Spotlight Research.

Czterokrotnie otrzymała Nagrodę Rektora za pracę organizacyjną, w 2010 indywidualną II stopnia, a w latach 2015, 2018 i 2019 zespołową III stopnia.

W dotychczasowej pracy Habilitantka dokłada starań w zakresie popularyzacji nauki, w tym upowszechniania wyników badań na konferencjach krajowych i międzynarodowych. Jak podaje dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka uczestniczyła w 49 konferencjach naukowych (w tym 22 wystąpienia na zaproszenie i/lub wykład plenarny, m.in. z wyróżnieniami I miejsce w Konkursie Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu na najlepszy tekst zgłoszony na *XXIX Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji*, Budzanowska-Drzewiecka M. (2023). Wiedza konsumentów o produkcie jako determinanta postrzegania przydatności recenzji internetowych o różnej walencji. *Marketing i Rynek*, 30(6), 15-24. <https://doi.org/10.33226/1231-7853.2023.6.2>), w 7 konferencjach naukowo-dydaktycznych oraz 32 konferencjach branżowych, szkoleniowych bądź szkoleniach.

Biorąc pod uwagę dorobek naukowy, dydaktyczny, organizacyjny i popularyzujący naukę Pani Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej stwierdzam, że spełniają one wymagania stawiane kandydatom do stopnia naukowego doktora habilitowanego. Główne osiągnięcie naukowe (monografia) wnosi znaczny wkład (art. 219 ust. 1 pkt 2a) w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości. Wkład ten odnosi się do zachowań konsumentów/nabywców w ujęciu marketingowym (w zakresach: specyfika i uwarunkowania przebiegu procesu podejmowania decyzji nabywczych; wzorce poszukiwania i dzielenia się informacjami rynkowymi przez konsumentów w Internecie; metodyka badań zachowań konsumentów; społecznie odpowiedzialne i zrównoważone zachowania interesariuszy; komunikacja marketingowa i jej oddziaływanie na konsumentów) z akcentem na charakter i efekty perswazyjne nieformalnej komunikacji konsumentów w sieci (komunikacja eWOM), jej uwarunkowania i skutki. Cechuje ją oryginalność i wyraźne zainteresowania badawcze Autorki, szeroka znajomość literatury i bardzo dobry warsztat metodyczny. Kandydatka do stopnia doktora habilitowanego wykazała także aktywność naukową, badawczą, publikacyjną realizowaną w innych uczelniach, w tym m.in. odbyła staż naukowy w Katedrze Badań Zachowań Konsumentów SGH w Warszawie.

Istotnym elementem oceny jest też zaobserwowany ciągły rozwój, systematyczne prace naukowo-badawcze, skuteczne poszerzanie dorobku, aktywność naukowa, badawcza, współpraca naukowa z ośrodkami w Polsce i za granicą, transfer wiedzy z nauki do praktyki, rozwój własny, zdobywanie wiedzy i doskonalenie umiejętności naukowca, dydaktyka, badacza, praktyka.

Ważnym elementem oceny jest też aktywność redakcyjno-wydawnicza współorganizowanie wydarzeń naukowych z zaangażowaniem i na rzecz świata nauki, biznesu, administracji i co ważne dla studentów. Były to m.in. seminaria i warsztaty metodologiczne w zakresie *Dobre praktyki publikacyjne w naukach o zarządzaniu i jakości*, czy *Badania jakościowe – analiza danych, Stosowanie oprogramowania komputerowego w analizie danych jakościowych: MAXqda, QDAminer, NVIVO* oraz Uniwersjady Marketingu we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie i Akademią Górniczo-Hutniczą.

Przedstawiona dokumentacja świadczy jednoznacznie pozytywnie o aktywności i osiągnięciach Habilitantki na polach naukowym, dydaktycznym, organizacyjnym i w zakresie popularyzowania nauki.

## **7. Efekty prowadzonych przez Habilitantkę badań indywidualnie i zespołowo**

Wyniki badań dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej zostały spopularyzowane poprzez publikacje i ich dostępność, o czym świadczą cytowania; udział w konferencjach i seminariach; aktywność w więcej niż jednym ośrodku naukowym (staż naukowy); uczestnictwo w projektach, w tym we współpracy z zagraniczną jednostką naukową (University of Applied Labour Studies w Mannheim (Niemcy)); prace badawcze w zespołach krajowych i międzynarodowych; dydaktykę akademicką prowadzoną na wszystkich poziomach kształcenia; transfer wiedzy pomiędzy uczeniami krajowymi i zagranicznymi oraz z nauki do praktyki i z praktyki do nauki m.in. dzięki zrealizowanym przez Habilitantkę przedsięwzięciom i we współpracy z zaangażowanymi Partnerami (Uczelnie, Naukowcy, Studenci, Dyplomanci, Firmy i inne podmioty).

Ponadto zostały wykorzystane w staraniach Habilitantki (i we współpracy z innymi naukowcami-badaczami) ukierunkowanych na pogłębianie badań nad wielowymiarową komunikacją marketingową online, w tym m.in. skutecznością i siłą perswazji argumentów emocjonalnych zawartych w wystawianych recenzjach w sieci. Badane i pogłębiane naukowo przez Kandydatkę do stopnia doktora habilitowanego zjawisko komunikacji nieformalnej w środowisku internetowym jest aktualne i ma istotne znaczenie poznawcze dla nauk o zarządzaniu i jakości, praktyków biznesu, konsumentów i w ogóle interesariuszy nadszających za cyfryzacją i wirtualizacją wielu procesów i zjawisk.

Atutem Habilitantki jest skuteczność w analizie uzyskanych wyników badań, umiejętne formułowanie wniosków w realizowanych obszarach tematycznych oraz skuteczność publikacyjna, w tym w wysoko punktowanych czasopismach. Pozytywnie oceniam rozwój naukowy, do czego przyczynia się praca zespołowa z przedstawicielami jednostek naukowych krajowych i zagranicznych.

Poznane z dokumentów doświadczenie zawodowe Habilitantki, działalność naukowa na więcej niż jednej uczelni, a w przypadku Pani Małgorzaty na kilkunastu Uczelniach wyższych krajowych i zagranicznych zdaje się świadczyć o jej istotnej mobilności naukowej. Wyraźny jest także trend umiędzynarodowienia współpracy, co mam nadzieję poza publikacjami w międzyuczelnianych Zespołach przyczyni się do jej udziału w nowych międzynarodowych projektach badawczych.

Prowadzone przez Habilitantkę badania przyczyniają się do doskonalenia współczesnych narzędzi, metod i procedur wielowymiarowo traktowanej komunikacji marketingowej w sieci, nauk o zarządzaniu i jakości. Ważnym kierunkiem dociekań naukowych respektowanym przez dr Małgorzatę Budzanowską-Drzewiecką są zachowania prośrodowiskowe, komunikacja, w tym szczególnie *elektronic word of mouth* (eWOM) oraz zrównoważone zachowania przedsiębiorstw i konsumentów.

Po zapoznaniu się z dokumentacją w postępowaniu habilitacyjnym dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej, chciałabym wskazać skutki i oddziaływanie Jej prac (naukowych, dydaktycznych, organizacyjnych i popularyzujących naukę) na naukę, społeczeństwo i gospodarkę z uwzględnieniem taksonomii sfer oddziaływania tj. rodzaj wpływu i profil [z wykorzystaniem: Majkowski W. (2020), Opis wpływu działalności naukowej na funkcjonowanie społeczeństwa i gospodarki. Kryterium III ewaluacji działalności naukowej, Centrum Kształcenia IDEA, Warszawa]:

- Naukowy: nowa wiedza, kreowanie kultury współpracy, tworzenie sieci, zespołów badawczych budowanie wizerunku naukowca, rozwój teorii, metod, modeli;

- Technologiczny: nowe procesy i rozwiązania dla przedsiębiorców zainteresowanych sprawną komunikacją w sieci, wystawianiem recenzji przez konsumentów z użyciem dostępnych urządzeń i oprogramowania, czy funkcjonalności portali społecznościowych;
- Gospodarczy: wzrost produktywności, udoskonalone metodyki komunikacji eWOM i systemów rekomendacyjnych, wzrost skuteczności marketingowej i zarządczej, zwiększenie wartości dla interesariuszy, większe zyski ze sprzedaży;
- Kulturowy: (rozumienie nauki przez społeczeństwo, co, dlaczego, jak, kto?), zainteresowania, postawy, wartości, przekonania, rozumienie idei, rzeczywistości, umiejętności intelektualne, praktyczne, naukowiec, który wie, umie i potrafi oraz współdzieli wartość; krzewi kulturę wspierającą poznanie naukowe;
- Społeczny: sprawność komunikacji, jakość życia, dobrobyt, zachowania, zwyczaje, nawyki, praktyki, działania osób, grup, rozwój społeczny;
- Organizacyjny: rozwój zasobów ludzkich, działalność instytucji, organizacji, planowanie pracy, umiędzynarodowienie;
- Edukacyjny: programy, narzędzia pedagogiczne, kwalifikacje, rynek pracy;
- Koncepcyjny: nowe rozumienie zjawisk i skutecznych praktyk zarządczych, w tym w zakresie komunikacji marketingowej w sieci, jej perswazyjności, oddziaływania na zachowania nabywców.

W mojej opinii prowadzone przez dr Małgorzatę Budzanowską-Drzewiecką prace naukowo-badawcze przyczyniają się także do wyznaczania nowych wyzwań, celów i działań ukierunkowanych na dążenie do uzyskania wartościowych wyników i rozwój nauk o zarządzaniu i jakości w interesujących ją zakresach problemowych. I co ważne, wypracowane ustalenia, rozwiązania i rekomendacje mają walor naukowy i praktyczny.

Podsumowując recenzję i ocenę dorobku naukowego, dydaktycznego, organizacyjnego i popularyzującego naukę Pani Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej stwierdzam, że spełniają one wymagania stawiane kandydatom do stopnia naukowego doktora habilitowanego w stopniu wyróżniającym.

Główne osiągnięcie naukowe (monografia) wnosi znaczny wkład (art. 219 ust. 1 pkt 2a) w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości. Wkład ten odnosi się do zachowań konsumentów / nabywców w ujęciu marketingowym (w zakresach: specyfika i uwarunkowania przebiegu procesu podejmowania decyzji nabywczych; wzorce poszukiwania i dzielenia się informacjami rynkowymi przez konsumentów w Internecie; metodyka badań zachowań konsumentów; społecznie odpowiedzialne i zrównoważone zachowania interesariuszy; komunikacja marketingowa i jej oddziaływanie na konsumentów) z akcentem na charakter i efekty perswazyjne nieformalnej komunikacji konsumentów w sieci (komunikacja eWOM), jej uwarunkowania i skutki. Cechuje ją oryginalność i wyraźne zainteresowania badawcze Autorki, szeroka znajomość literatury i bardzo dobry warsztat metodyczny.

Pozostały dorobek naukowy udostępniony w dokumentacji habilitacyjnej pozwała na stwierdzenie, że Habilitantka przyczynia się do rozwoju nauk o zarządzaniu i jakości również w obszarach zarządzania uczelniami wyższymi z akcentem na jakość kształcenia, zarządzania społecznie odpowiedzialnego i zrównoważonego, zarządzania marketingowego i wybranych nowoczesnych metod zarządzania informacjami w sieci.

Kandydatka do stopnia doktora habilitowanego wykazała także aktywność naukową, badawczą, publikacyjną realizowaną w innych uczelniach, w tym m.in. odbyła staż naukowy w Katedrze Badań Zachowań Konsumentów SGH w Warszawie. Wykazała się mobilnością naukową w więcej niż jednej uczelni (a konkretnie w kilkunastu Uczelniach wyższych krajowych i kilku zagranicznych), co potwierdza

Jej istotną skuteczność w tym zakresie. W elemencie oceny jest też zaobserwowany ciągły rozwój, systematyczne prace naukowe-badawcze, skuteczne poszerzanie dorobku, aktywność naukowa, badawcza, współpraca naukowa z ośrodkami w Polsce i za granicą, transfer wiedzy z nauki do praktyki.

Przedstawiona dokumentacja świadczy jednoznacznie pozytywnie o aktywności naukowej Kandydatki, Jej znacznym wkładzie w rozwój nauk o zarządzaniu i jakości oraz istotnych osiągnięciach naukowych, dydaktycznych, organizacyjnych i popularyzujących naukę.

## **8. Konkluzja / wniosek końcowy**

Przedstawiona analiza i uwagi pozwalają na sformułowanie końcowej, skróconej oceny, potwierdzającej moje pozytywne stanowisko wyrażone we wstępnej części recenzji: Pani dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka spełnia warunki stawiane przez Ustawę z dn. 20.07.2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* (art. 219 ust. 1 pkt 2a i pkt 3) wobec kandydatów w postępowaniu habilitacyjnym i w mojej opinii zasługuje na nadanie przez Radę Dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie stopnia naukowego doktora habilitowanego nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Kraków, 7 kwietnia 2024

*Beata Tarczydło*