

Załącznik nr 4

# Wykaz osiągnięć naukowych

albo artystycznych, stanowiących znaczny wkład w rozwój określonej dyscypliny

**dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka**  
Katedra Systemów Zarządzania  
Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania  
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej  
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

Kraków 2023

## Spis treści

I.	Wykaz osiągnięć naukowych albo artystycznych, o których mowa w art. 219 ust. 1 pkt 2 Ustawy...	4
II.	Wykaz aktywności naukowej albo artystycznej .....	4
	Wykaz publikacji wydanych przed doktoratem.....	4
	Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych.....	4
	Popularyzacja nauki.....	4
	Wykaz publikacji wydanych po doktoracie.....	5
	Wykaz opublikowanych monografii naukowych (z zaznaczeniem pozycji niewymienionych w pkt I.1).....	5
	Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach naukowych .....	5
	Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach dydaktycznych .....	7
	Wykaz członkostwa w redakcjach naukowych monografii.....	7
	Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych (z zaznaczeniem pozycji niewymienionych w pkt I.2).....	8
	Wykaz konferencji .....	11
	Wykaz wystąpień na krajowych lub międzynarodowych konferencjach naukowych lub artystycznych, z wyszczególnieniem przedstawionych wykładów na zaproszenie i wykładów plenarnych.....	11
	Pozostałe konferencje naukowe w których uczestniczyłam.....	14
	Konferencje dydaktyczno-naukowe .....	16
	Szkolenia, konferencje szkoleniowe i branżowe .....	17
	Wykaz udziału w komitetach organizacyjnych i naukowych konferencji krajowych lub międzynarodowych, z podaniem pełnionej funkcji .....	19
	Wykaz uczestnictwa w pracach zespołów badawczych realizujących projekty finansowane w drodze konkursów krajowych lub zagranicznych, z podziałem na projekty zrealizowane i będące w toku realizacji, oraz z uwzględnieniem informacji o pełnionej funkcji w ramach prac zespołów .....	21
	Wykaz członkostwa w międzynarodowych lub krajowych organizacjach i towarzystwach naukowych wraz z informacją o pełnionych funkcjach .....	21
	Wykaz staży w instytucjach naukowych lub artystycznych, w tym zagranicznych, z podaniem miejsca, terminu, czasu trwania stażu i jego charakteru .....	21
	Wykaz członkostwa w komitetach redakcyjnych i radach naukowych czasopism wraz z informacją o pełnionych funkcjach (np. redaktora naczelnego, przewodniczącego rady naukowej itp.).....	22
	Wykaz recenzowanych prac naukowych lub artystycznych, w szczególności publikowanych w czasopismach międzynarodowych .....	22
	Wykaz uczestnictwa w programach europejskich lub innych programach międzynarodowych.....	24
	Wykaz udziału w zespołach badawczych, realizujących projekty inne niż określone w pkt. II.9. ....	24
	Wykaz uczestnictwa w zespołach oceniających wnioski o finansowanie badań, wnioski o przyznanie nagród naukowych, wnioski w innych konkursach mających charakter naukowy lub dydaktyczny ....	26

III. WSPÓŁPRA Z OTOCZENIEM SPOŁECZNYM I GOSPODARCZYM.....	26
Wykaz dorobku technologicznego.....	26
Współpraca z sektorem gospodarczym.....	26
Wykaz uzyskanych praw własności przemysłowej, w tym uzyskanych patentów krajowych lub międzynarodowych .....	27
Wykaz wdrożonych technologii .....	27
Wykaz wykonanych ekspertyz lub innych opracowań wykonanych na zamówienie instytucji publicznych lub przedsiębiorców .....	27
Wykaz udziału w zespołach eksperckich lub konkursowych .....	27
IV. DANE NAUKOMETRYCZNE .....	27
Impact Factor (w dziedzinach i dyscyplinach, w których parametr ten jest powszechnie używany jako wskaźnik naukometryczny) .....	27
Liczba cytowań publikacji wnioskodawcy, z oddzielnym uwzględnieniem autocytowań i Indeks Hirscha .....	28

## I. Wykaz osiągnięć naukowych albo artystycznych, o których mowa w art. 219 ust. 1 pkt 2 Ustawy

**Budzanowska-Drzewiecka M. (2023). Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem internetu (eWOM). Charakter i efekty perswazyjne. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.**

ISBN 978-83-233-5269-3 (druk)

ISBN 978-83-233-7474-9 (PDF).

<https://doi.org/10.4467/K7474.14/23.23.17689>

## II. Wykaz aktywności naukowej albo artystycznej

Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, dr

<https://orcid.org/0000-0001-6651-4037>

### Wykaz publikacji wydanych przed doktoratem

#### Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych

1. Budzanowska M., (1999). Marketing polityczny na przykładzie przygotowań kampanii informacyjnej związanej z wejściem Polski w struktury Unii Europejskiej. *Prace Naukowe PSB – SW w Krakowie*, (4–5), 146–159.
2. Budzanowska M, Gardęła A. (2002). Rola kraju pochodzenia produktu w zakresie kształtowania postaw konsumentów. *Przegląd Organizacji*, (6), 28–32.
3. Budzanowska-Drzewiecka M. (2005). Wybrane techniki komunikowania się przedsiębiorstwa z młodymi konsumentami. *Zeszyt Naukowy KSW im. A.F. Modrzewskiego*, (Marketing), 121–130.

#### Popularyzacja nauki

4. Budzanowska M., Gardęła A. (2002). Powiedz mi skąd pochodzisz... *Marketing w Praktyce*, (5/51), 60–62.
5. Budzanowska M., Gardęła A. (2002). Dobrze, bo swojskie? *Advertising&You*, (1), 7–8.
6. Budzanowska M., Gardęła A. (2002). Nowy niezależny konsument. *Marketing w Praktyce*, (6/52), 14–17.
7. Budzanowska M., Gardęła A. (2002). Fenomeny Kindermarketingu. *Marketing w Praktyce*, (7), 55–59.
8. Budzanowska M. (2002). Kolor w budowaniu strategii marki. *Marketing w Praktyce*, (11), 10–12.
9. Budzanowska M., Gardęła A. (2002). Pseudolojalność i komercyjne przyjaźnie. *Marketing w Praktyce*, (12), 50–52.
10. Budzanowska M., Gardęła A. (2003). Segmentacja społecznych kohort. *Marketing w Praktyce*, (3), 4–8.
11. Budzanowska M. (2003). Produkt oczami dziecka. *Marketing w Praktyce*, (4), 13–15.
12. Budzanowska-Drzewiecka M. (2003). Autorytet rodziców, decyzja dzieci. *Marketing w Praktyce*, (12), 39–42.
13. Budzanowska-Drzewiecka M. (2004). Kreowanie marki na rynku dziecięcym. *Marketing w Praktyce*, (7), 9–11.

## Wykaz publikacji wydanych po doktoracie

Wykaz opublikowanych monografii naukowych (z zaznaczeniem pozycji niewymienionych w pkt I.1).

1. Budzanowska-Drzewiecka M., Marcinkowski A.S., Motyl-Adamczyk A. (2016). *Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. ISBN: 978-83-233-4053-9 (druk). ISBN: 978-83-233-9431-0 (pdf.).

Mój wkład oceniam na 60%. Poza autorstwem bądź współautorstwem oznaczonych rozdziałów opracowałam koncepcję i strukturę monografii, wyznaczyłam jej cele, pracowałam nad edycją i redakcją manuskryptu.

## Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach naukowych

2009

1. Budzanowska-Drzewiecka M. (2009). Wiarygodność reklamy jako źródła informacji w warunkach niepewności. W: L. Grabarski i J. Tkaczyk (red.), *Kontrowersje wokół Marketingu w Polsce. Niepewność i zaufanie a zachowania nabywców* (s. 190–198). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

2012

2. Budzanowska-Drzewiecka M. (2012). E-consumer behaviour as the basis for promotional activities on the Internet. W: C. Sotek (red.) *Management Dilemmas in the Information Technology Era* (s. 177–186). Warszawa: Wojskowa Akademia Techniczna.
3. Budzanowska-Drzewiecka M., Dołhasz M. (2012). Patient's opinion on the role of promotional actions in creating an image of a medical facility. W: M. Dołhasz (red.) *Contemporary Dilemmas of Management* (s. 117–137). Kraków: Wydawnictwo KTE.

2014

4. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A. (2014). *The competitive and cooperational activities of companies on the Internet in the light of the studies of Polish researchers: an assessment of methodologies*. W: P. Jedynak (red.) *Competition and Cooperation in Management Theory and Practise* (s. 91–109). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
5. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A., Dudzińska-Korczak N. (2014). *Corporate Social Responsibility activities implemented by companies in the power sector in the opinion of individual customers*. W: P. Jedynak (red.) *Competition and Cooperation in Management Theory and Practise* (s. 51–71). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
6. Dudzińska-Korczak N., Lipińska A., Budzanowska-Drzewiecka M., *The specificity of Corporate Social Responsibility activities in the power sector: the review of the implemented activities*. W: P. Jedynak (red.) *Competition and Cooperation in Management Theory and Practise* (s. 29–49). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

2015

7. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Korzystanie z nieformalnych źródeł informacji w Internecie przy podejmowaniu decyzji nabywczych przez młodych konsumentów. W: J. Wiażewicz, A. Zielińska (red.)

*Determinanty i efekty współczesnej aktywności marketingowej* (s. 17–26). Rzeszów: Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej.

2017

8. Budzanowska-Drzewiecka M. (2017). Mobilna komunikacja marketingowa jako sposób na dotarcie do odbiorców: uwarunkowania i ograniczenia (s. 97–125). W: M. Lakomy, K. Oświecimski (red.). *Zarządzanie i nowe technologie ICT w sferze publicznej*. Kraków: Akademia Ignatianum: Wydawnictwo WAM.

2019

9. Budzanowska-Drzewiecka M., Tutko M. (2019). Parallels in the information search behaviour among young consumers from Poland and Ukraine: a qualitative analysis. W: P. Krnáčová (red.), *19th International Joint Conference Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment: proceedings* (s. 46–58). Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, University of Economics in Bratislava.
10. Tutko M., Budzanowska-Drzewiecka M. (2019). Postrzeganie kultury jakości uniwersytetu przez społeczność akademicką. W: Ł. Sułkowski, J. Fijałkowska (red.) *Zarządzanie kapitałem ludzkim w uczelniach* (s. 181–195). Łódź: Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk.

2020

11. Budzanowska-Drzewiecka M. (2020). Cross-cultural differences in electronic Word-of-Mouth: a literature review. W: I. Černá (red.), *20th International Joint Conference Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment: proceedings* (s. 11–22). Prague: Oeconomica Publishing House, Prague University of Economics and Business.
12. Budzanowska-Drzewiecka M. (2020). Paradoksy w relacjach konsumentów z technologią: jakościowa analiza obaw polskich konsumentów. W: B. Mróz (red.) *Bezpieczeństwo konsumentów na rynku tradycyjnym i wirtualnym* (s. 101–112). Warszawa: Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
13. Budzanowska-Drzewiecka M. (2020). Wirtualne dyskusje w badaniach jakościowych: dylematy sięgania po Bulletin Board Discussion (BBD). W: K. Mazurek-Łopacińska, M. Sobocińska (red.). *Badania marketingowe w gospodarce cyfrowej* (s. 195–208). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
14. Budzanowska-Drzewiecka M.; Lipińska A; Teczek M. (2020). Wzorce dzielenia się wiedzą między studentami. W: J. Cewińska, A. Krejner-Nowecka, S., Winch (red.). *Zarządzanie kapitałem ludzkim – wyzwania* (s. 137–150). Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.

2021

15. Tutko M., Budzanowska-Drzewiecka M. (2021). Skale w badaniach nad indywidualną motywacją do podejmowania zachowań pro-środowiskowych. W: Z. Dworzecki (red.), *Gospodarka i społeczeństwo: wyzwania i perspektywy* (s. 203–214). Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPR-JR.

2022

16. Budzanowska-Drzewiecka M. (2022). Studiowanie przypadków: Metodyka postępowania badawczego. W: Bugaj, J., Budzanowska-Drzewiecka, M., (red.). *Jakość kształcenia akademickiego* (s. 63–81). Kraków: Wydawnictwo UJ.
17. Budzanowska-Drzewiecka M., Tutko M. (2022). The scope of employee pro-environmental behaviors in the workplace. W: *Corporate Social Responsibility and Sustainability: From Values to Impact* (s. 141–152). New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003270768-14>
18. Tutko M., Budzanowska-Drzewiecka M. (2022). Zachowania prośrodowiskowe polskich pracowników. Rola systemów zarządzania środowiskowego. W: A. Chodyński, D. Fatuła, M.A. Leśniewski. *Zrównoważony rozwój, systemy informacyjne i zarządzanie bezpieczeństwem w perspektywie długoterminowej przedsiębiorstw* (s. 61–77). Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.

19. Budzanowska-Drzewiecka M., Teczke M. (2022). Trust in knowledge sharing among university students in Poland. W: J. Duda, T. Bernat (red.) *Science, Business, and Universities: Cooperation, Knowledge Transfer, and Entrepreneurship* (s. 224–237). New York: Routledge.

2023

20. Budzanowska-Drzewiecka M., Proszowska A. (2023). Greenwashing knowledge as a determinant of consumer engagement in greenwashed word of mouth. In *23rd International Joint Conference Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment: proceedings (18-19 May 2023 Prague, Czech Republic – Bratislava, Slovakia)* (s. 25–39). Bratislava: University of Economics in Bratislava. <https://doi.org/10.18267/pr.2023.kre.2490.2>
21. Budzanowska-Drzewiecka M., Tutko M., Bugdol M. (2023). Commitment of universities in Poland to sustainable development. W: W. Leal Filho, M.A.P. Dinis, S. Moggi, E. Price, A. Hope (red.), *SDGs in the European region* (s. 1–27). Cham: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-91261-1\\_39-1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-91261-1_39-1)

### Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach dydaktycznych

1. Budzanowska-Drzewiecka M. (2007). Zachowania konsumenta. W: M. Dołhasz (red.) *Podstawy marketingu. Materiały dydaktyczne* (s. 40–56). Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne Sp. ZO.O. – Oficyna Wydawnicza AFM.
2. Budzanowska-Drzewiecka M. (2007). Produkt. W: M. Dołhasz (red.) *Podstawy marketingu. Materiały dydaktyczne* (s. 73–87). Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne Sp. ZO.O. – Oficyna Wydawnicza AFM.

### Wykaz członkostwa w redakcjach naukowych monografii

1. Budzanowska-Drzewiecka M., Jedynak P., Lipińska A. (red.) (2016). *Contemporary Management and Marketing Dilemmas. Challenges related to new segments and market trends*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
2. Jedynak P., Budzanowska-Drzewiecka M., (red.) (2016). *Contemporary Management and Marketing Dilemmas. Situational management problems*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
3. Jedynak P., Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A. (red.) (2016). *Contemporary Management and Marketing Dilemmas. Between philosophy and specific problems*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
4. Budzanowska-Drzewiecka M., Jedynak P. (red.) (2016). *Contemporary Management and Marketing Dilemmas. Innovations in certain Areas of Organization Management and Marketing*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
5. Jedynak P., Budzanowska-Drzewiecka M. (red.) (2017). *Comprehensive Management Issues. The Organizational Competitiveness: Approaches&Challenges*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
6. Budzanowska-Drzewiecka M., Czernek K. (red.) (2018). *Kierunki ewolucji nauk o zarządzaniu*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
7. Bugaj J.M., Budzanowska-Drzewiecka M. (red.) (2022). *Jakość kształcenia akademickiego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. ISBN: 978-83-233-5096-5 (druk). ISBN: 978-83-233-7313-1 (pdf).

## Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych (z zaznaczeniem pozycji niewymienionych w pkt I.2)

2006

1. Budzanowska-Drzewiecka M. (2006). Decyzje nabywcze młodych konsumentów (w wieku 9–11 lat). W: D. Surówka-Marszałek (red.). *Zeszyty Naukowe Krakowskiej Szkoły Wyższej im. A.F. Modrzewskiego, Marketing*, 244–258.

2007

2. Budzanowska-Drzewiecka M. (2007). Wzorce komunikacji w rodzinie a decyzje nabywcze młodych konsumentów. *Zeszyty Naukowe Krakowskiej Szkoły Wyższej im. A.F. Modrzewskiego, Marketing*, 135–147.

2008

3. Budzanowska-Drzewiecka M. (2008). Młodzi konsumenci jako respondenci – implikacje metodyczne. W: D. Surówka-Marszałek (red.). *Zeszyty Naukowe Krakowskiej Szkoły Wyższej im. A.F. Modrzewskiego, Marketing*, 141–153.
4. Budzanowska-Drzewiecka M. (2008). Perspektywa wykorzystania pozycjonowania w kształtowaniu wizerunku miasta. *Polityka i Kultura*, (4), 107–118.

2009

5. Budzanowska-Drzewiecka M. (2009). Specyfika przekazu reklamy telewizyjnej skierowanej do dzieci. W: D. Surówka-Marszałek (red.). *Zeszyty Naukowe Krakowskiej Szkoły Wyższej im. A.F. Modrzewskiego, Marketing*, 77–86.

2010

6. Budzanowska-Drzewiecka M. (2010). Młodzi konsumenci jako odbiorcy reklam telewizyjnych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, (54 Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty Zachowania nabywców-wczoraj, dziś i jutro. Zachowania nabywców na konkurencyjnym rynku), 187–194.
7. Budzanowska-Drzewiecka M. (2010). Reklama w Internecie jako instrument komunikacji marketingowej z młodymi odbiorcami. *Zeszyt Naukowy KA im. A.F. Modrzewskiego*, 105–119.

2011

8. Budzanowska-Drzewiecka M. (2011). Social conditioning of purchasing decisions of 9–11 year-old consumers. *Journal of Customer Behaviour*, 10(2), 143–160. <https://doi.org/10.1362/147539211X589555>
9. Budzanowska-Drzewiecka M. (2011). Specyfika procesu podejmowania decyzji o zakupie przez młodych konsumentów. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, (72, Marketing przyszłości: trendy, strategie, instrumenty: zachowania konsumentów-trendy i kierunki zmian), 443–455.
10. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A. (2011). Dzielenie się wiedzą w Internecie – możliwości wykorzystania z perspektywy działalności marketingowej w Polsce. *Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą/Studies & Proceedings Polish Association for Knowledge Management*, (50), 177–190.
11. Budzanowska-Drzewiecka M., Dudzińska-Korczak N., Lipińska A. (2011). Ocena działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu przedsiębiorstw elektroenergetycznych w opinii klientów indywidualnych. *Zeszyty Naukowe/Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu*, (208), 310–320.



2012

12. Budzanowska-Drzewiecka M. (2012). Różnice kulturowe w polskich i czeskich reklamach prasowych w pismach kobiecych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, (26), 21–33.
13. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A. (2012). Młodzi konsumenci jako odbiorcy i twórcy informacji marketingowej w Internecie. *Handel Wewnętrzny*, 2(maj–czerwiec), 161–169.
14. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A. (2012). Wykorzystanie Internetu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw w opinii menedżerów. *Komunikacja Społeczna*, (4), 12–25.

2013

15. Budzanowska-Drzewiecka M. (2013). Zakres decyzji nabywczych gimnazjalistów ze środowiska wielkomiejskiego w sieci Internet i poza nią. *Handel Wewnętrzny*, 2(3), 163–170.
16. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A., Stańczyk I. (2013). Ocena działań podejmowanych przez pracodawców w zakresie zewnętrznego Employer Branding w Internecie z perspektywy osób poszukujących pracy. *Zarządzanie i Finanse/Journal of Management and Finance*, 11(1, cz. 3), 91–105.

2014

17. Budzanowska-Drzewiecka M. (2014). Identyfikacja potrzeb z zakresu komunikacji międzykulturowej wśród studentów marketingu. *Marketing i Rynek*, (11 (CD)), 113–122.
18. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A. (2014). Wybrane uwarunkowania stosunku młodych konsumentów w Polsce do reklamy w urządzeniach mobilnych. *Marketing i Rynek*, (4 (CD)), 215–221.
19. Budzanowska-Drzewiecka M., Lipińska A. (2014). Motywy wykorzystania aplikacji mobilnych w procesie nabywania dóbr wśród młodych konsumentów. *Research Papers of the Wrocław University of Economics/Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (353), 187–196. <https://doi.org/10.15611/pn.2014.353.17>
20. Budzanowska-Drzewiecka M., Jedynak M. (2014). Znaczenie kraju pochodzenia (COO) w ocenie mało i wysoko angażujących produktów przez młodych konsumentów w Polsce. *Zarządzanie w Kulturze*, 15(4), 359–375.
21. Budzanowska-Drzewiecka M., Jedynak M. (2014). Country of origin as the criterion for the product range assessment by young consumers. *Marketing i Rynek*, (8 (CD)), 1003–1009.

2015

22. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Postrzeganie wybranych niestandardowych form komunikacji marketingowej w Internecie przez młodych konsumentów. *Logistyka*, (2), 1153–1159.
23. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Style podejmowania decyzji zakupowych przez młodych konsumentów w Polsce w świetle badań własnych. *Handel Wewnętrzny*, 354(1), 50–59.
24. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Ocena nieformalnych źródeł informacji w Internecie przy podejmowaniu decyzji zakupowych przez młodych konsumentów. *Zarządzanie w Kulturze*, 16(3), 253–273. <https://doi.org/10.4467/20843976ZK.15.016.3592>
25. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Individual determinants of propensity to make purchases as part of e-commerce and m-commerce in Polish young consumers. *Jagiellonian Journal of Management*, 1(1), 7–21. <https://doi.org/10.4467/2450114XJJM.15.001.3808>
26. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Źródła informacji w Internecie wykorzystywane podczas podejmowania decyzji o zakupie produktów przez młodych konsumentów. *Marketing i Rynek*, (8,CD), 79–88.
27. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Oddziaływanie rekomendacji blogerów na zamiar dokonania zakupów w Internecie u młodych dorosłych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu. Marketing przyszłości*, (39), 109–120. <https://doi.org/10.18276/pzfm.2015.39-09>

28. Budzanowska-Drzewiecka M. (2015). Children as recipients of marketing communication on the Internet. *Jagiellonian Journal of Management*, 1(4), 253–273. <https://doi.org/10.4467/2450114XJJM.15.018.4827> [bądź odpowiadający mu rozdział w monografii]
29. Budzanowska-Drzewiecka M., Proszowska A. (2015). Attractiveness of job fair for students as a platform for searching and exchange of information. *Jagiellonian Journal of Management*, 1(4), 275–289. <https://doi.org/10.4467/2450114XJJM.15.019.4828> [bądź odpowiadający mu rozdział w monografii]

2016

30. Budzanowska-Drzewiecka M. (2016). Advertising in digital games targeted to children. *Marketing i Zarządzanie*, 5(46), 109–117. <https://doi.org/10.18276/miz.2016.46-11>
31. Budzanowska-Drzewiecka M. (2016). Motywy poszukiwania informacji rynkowych przez młodych konsumentów (w wieku 16-25 lat) w nieformalnych źródłach w Internecie. *Handel Wewnętrzny*, 62(3(362)), 63–75.
32. Budzanowska-Drzewiecka M. (2016). Motywy udostępniania informacji rynkowych przez młodych konsumentów innym użytkownikom Internetu w ramach eWOM. *Konsumpcja i Rozwój*, 2(15), 34–49.

2017

33. Budzanowska-Drzewiecka M. (2017). Young Polish consumers' propensity to purchase in foreign online stores as an aspects of the cultural determinants of e-commerce. *Marketing i Rynek*, 24(9), 27–33.
34. Budzanowska-Drzewiecka M., Proszowska A. (2017). Assessment of usefulness of information contained on websites of on-line clothing shops in purchase process of young adults. *Handel Wewnętrzny*, 63(5(370)), 82–92.

2018

35. Budzanowska-Drzewiecka M. (2018). Zastosowanie neuroobrazowania w badaniach konsumentów: możliwości i ograniczenia. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu/Research Papers of Wrocław University of Economics*, (525), 197–210. <https://doi:10.15611/pn.2018.525.17>
36. Budzanowska-Drzewiecka M. (2018). Wkład neuromarketingu do wiedzy na temat reklamy: próba systematyzacji wątków badawczych. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 6(5), 19–32. <https://doi:10.18559/SOEP.2018.5.2>
37. Budzanowska-Drzewiecka M. (2018). Cechy komunikatu w *electronic Word of Mouth* – przegląd literatury. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 19(9, cz. 3), 203–220.
38. Budzanowska-Drzewiecka M. (2018). Stosunek polskich młodych dorosłych do chatbotów mobilnych w e-commerce: wybrane uwarunkowania. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 19(6, cz. 2), 325–339.
39. Budzanowska-Drzewiecka M. (2018). Pomiar innowacyjności konsumenta w sferze zakupów on-line na przykładzie polskich młodych dorosłych. *Konsumpcja i Rozwój*, (1(22)), 30–41.

2021

40. Budzanowska-Drzewiecka M. (2021). Wyzwania stosowania działań marketingowych poprzez media społecznościowe z perspektywy zintegrowanej komunikacji marketingowej. *Zarządzanie Mediami*, 9(2), 281-296. <https://doi: 10.4467/23540214ZM.21.017.13412>
41. Budzanowska-Drzewiecka M., Tutko M. (2021). The impact of individual motivation on employee voluntary pro-environmental behaviours: the motivation towards the environment of Polish employees. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(50), 929–948. <https://doi.org/10.1108/MEQ-11-2020-0268>
42. Budzanowska-Drzewiecka M., Ptaszyńska M., Bugaj J.M. (2021). The participation of manufacturing employees in workplace health promotion programmes: determinants and barriers. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, (9), 30–50.

2022

43. Bugaj J., Budzanowska-Drzewiecka M., Jędrzejczyk P. (2022). Generation Y employee career engagement: research results for Poland and Germany. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 149(6), 26–43. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0016.2044>

2023

44. 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>
45. 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>

## Wykaz konferencji

Miałam okazję zgłosić referaty bądź wziąć udział w 49 konferencjach naukowych, w 7 konferencjach naukowo-dydaktycznych oraz 32 konferencjach branżowych, szkoleniowych bądź szkoleniach. Wykaz wydarzeń w podziale na trzy wspomniane kategorie (dodatkowo z wyszczególnionymi wystąpieniami na zaproszenie) w ujęciu chronologicznym prezentuję niżej.

## Wykaz wystąpień na krajowych lub międzynarodowych konferencjach naukowych lub artystycznych, z wyszczególnieniem przedstawionych wykładów na zaproszenie i wykładów plenarnych

2009

1. Interdyscyplinarna Konferencja Naukowa. *InternetBeta 2009*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie. Rzeszów, 23–25 września 2009. Referat we współautorstwie z dr Anetą Lipińską: *Wykorzystanie Internetu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa w opinii menedżerów*.
2. Konferencja Naukowa. *Kontrowersje wokół Marketingu w Polsce. Niepewność i zaufanie a zachowania nabywców*. Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie. Warszawa, 12 października 2009. Referat: *Wiarygodność reklamy jako źródła informacji w warunkach niepewności*.

2013

3. *Kontrowersje wokół Marketingu w Polsce. Kreowanie wartości a wartość marketingu*. Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie. Warszawa, 6–7 czerwca 2013. Referat: *Zakres decyzji nabywczycich gimnazjalistów ze środowiska małomiejskiego w sieci Internet i poza nią*

2015

4. III Ogólnopolska Konferencja Plakatowa *Marketing i Zarządzanie*. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Wrocław, 27 listopada 2015. Plakat: *eWOM – nieformalne internetowe źródła informacji rynkowych dla młodych konsumentów. Próba konceptualizacji*.
  - **Wyróżnienie w Konkursie „Kreatywny Plakat” w kategorii treść.**
  - **II miejsce w Konkursie „Kreatywny Plakat” w kategorii forma.**

5. XI Konferencja Naukowa: *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Kierunki rozwoju komunikacji marketingowej. Konsument na tle zmian zachodzących w otoczeniu*. Międzyzdroje, 4-6 października 2015. Uniwersytet Szczeciński. Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług. Katedra Marketingu Usług. Referat: *Znaczenie rekomendacji blogerów przy podejmowaniu decyzji nabywczych przez młodych dorosłych*. Uczestniczka panelu: *Nowoczesne narzędzia komunikacji marketingowej* moderowanego przez prof. Krystynę Mazurek-Łopacińską.
6. V Konferencja Naukowa. *Konsument – Gospodarstwo domowe – Rynek im. Profesor Zofii Kędzior pt. Konsument w przestrzeni handlu i usług*. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Katedra Rynku i Konsumpcji. Ustroń, 16–19 września 2015. Referat: *Źródła informacji w Internecie wykorzystywane podczas podejmowania decyzji i zakupie produktów przez młodych konsumentów*. Sesja *Wirtualizacja oraz media społecznościowe w zachowaniach zakupowych konsumentów* moderowana przez prof. Annę Olejniczuk-Mertę.
7. Konferencja Naukowa Forum Marketingu. *Anatomia sukcesu rynkowego: Marketing czy innowacje?* Akademia Leona Koźmińskiego. Warszawa, 8 maja 2015. Referat: *Postrzeganie niestandardowych form komunikacji marketingowej w Internecie przez młodych konsumentów*. Sesja *Innowacje w sferze komunikacji marketingowej* moderowana przez dr Annę Rogala.

2016

8. IV Ogólnopolska Konferencja Plakatowa *Marketing i Zarządzanie*. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Wrocław, 9 grudnia 2016. Plakat: *Mobilna komunikacja marketingowa – wyzwania*.

2017

9. VII Sympozjum Marketingu Międzynarodowego. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Zakopane, 25–27 września 2017. Referat: *Skłonność do zakupu w zagranicznych sklepach internetowych u polskich młodych konsumentów*. Sesja *Internet a rozwój marketingu międzynarodowego* moderowana przez prof. Annę Olejniczuk-Mertę.
10. V Ogólnopolska Konferencja Plakatowa *Marketing i Zarządzanie*. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu i Polskie Towarzystwo Ekonomiczne. Wrocław, 7 grudnia 2017. Plakat: *Reklama jako obszar badań neuromarketingowych – kontrowersje, możliwości i potrzeby. Czyli ... Jak neuromarketing wnosi wartości dodatkowe do wiedzy na temat reklamy?*

2018

11. Konferencja Naukowa: *Badania marketingowe – metody, trendy, zastosowania*. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Katedra Badań Marketingowych. Wrocław, 20–22 maja 2018. Poster: *Wykorzystanie neuroobrazowania w badaniach konsumentów – możliwości i ograniczenia*. Sesja posterowa moderowana przez dr hab. Beatę Tarczydło.
12. XXVII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. *Współczesne paradygmaty w marketingu, handlu i konsumpcji*. Katedra Strategii Marketingowych, wraz z Polskim Naukowym Towarzystwem Marketingu, Katedrą Handlu i Marketingu oraz Marketingu Produktu Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Poznań, 17–19 września 2018. Referat: *Wkład neuromarketingu do wiedzy na temat reklamy – próba systematyzacji*. Sesja moderowana przez dr hab. Ewa Frąckiewicz, prof. US.
13. Szkoła Letnia Zarządzania 2018. Katowice-Kraków. XX edycja konferencji Komitetu Nauk Organizacji i Zarządzania Polskiej Akademii Nauk *Szkoła Letnia Zarządzania 2018. Tożsamość Nauk o Zarządzaniu. Megatrendy – Ewolucja – Kontekstowość*. Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie oraz Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Krynica Zdrój, 13–16 czerwca 2018. Referat: *Stosunek polskich młodych dorosłych do chatbotów mobilnych w e-commerce–wybrane uwarunkowania*. Sesja *Modele biznesu, tworzenie i współtworzenie wartości* moderowana przez dr hab. Karolinę Mazur, prof. UZ.

2019

14. Międzynarodowa Konferencja Naukowa: *Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment*. 19th International Joint Conference University of Economics Prague, Czech Republic, May 24, 2019. Referat we współautorstwie z dr Martą Tutko: *Parallels in the Information Search Behaviour among Young Consumers from Poland and Ukraine: A Qualitative Analysis*. Sesja *International Marketing and Consumer Behavior*.
15. Konferencja Naukowa *Bezpieczeństwo konsumenta – ujęcie holistyczne*. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Katedra Badań Zachowań Konsumentów. Warszawa, 23 września 2019. Referat: *Paradoksy w relacjach konsumentów z technologią: jakościowa analiza obaw polskich konsumentów*. Sesja: *Bezpieczeństwo konsumenta na rynku dóbr i usług – tradycyjnym i wirtualnym* moderowana przez prof. Henryka Mruka.

2020

16. Międzynarodowa Konferencja Naukowa: *Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment*. 20th joint scientific conference *Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment CEECBE 2020*. University of Economics in Bratislava, Slovakia. 26–27 October 2020. Referat: *Cross-cultural differences in electronic word-of-mouth: a literature review*. Sesja *International Marketing and Consumer Behavior*.

2021

17. Szkoła Letnia Zarządzania 2020/2021. Łódź–Warszawa. XXI edycja konferencji Komitetu Nauk Organizacji i Zarządzania Polskiej Akademii Nauk *Wyzwania zarządzania: Społeczne – technologiczne – Globalne*. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. Uniwersytet Łódzki; Wydział Zarządzania. 7–9 czerwca 2021. Poster we współautorstwie z dr Anetą Lipińską i dr Maciejem Teczkę: *Dzielenie się wiedzą między studentami – wzorce, uwarunkowania i bariery*.
18. *Konferencja Naukowa Zarządzanie w układzie przedsiębiorstwo-miasto-region w zmiennym otoczeniu. Dylematy i wyzwania*. Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie. Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Kraków, 18–19 czerwca 2021. Referat: *Stosunek polskich pracowników do zachowań pro-środowiskowych w miejscu pracy*.

2022

19. Konferencja Naukowa. *Badania marketingowe w gospodarce cyfrowej*. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Wrocław, 23-24 maja 2022. Referat: *Wirtualne dyskusje w badaniach jakościowych – dylematy sięgania po BBD*. Sesja *Technologie cyfrowe w badaniach jakościowych i ilościowych* moderowana przez prof. Lechosława Garbarskiego.

2023

20. Międzynarodowa Konferencja Naukowa: *Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment*. 23rd International Joint Conference in Prague, Czech Republic, 18–19 May 2023. Referat z dr Anitą Proszowską (AGH): *Greenwashing knowledge as a determinant of consumer engagement in greenwashed word of mouth*. Sesja *International Marketing*.
21. Szkoła Letnia Zarządzania. Wrocław–Łódź 2023. XXII edycja konferencji Komitetu Nauk Organizacji i Zarządzania Polskiej Akademii Nauk: *Game changers nauk o zarządzaniu*. Politechnika Łódzka. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Kołobrzeg, 14–16 czerwca 2023.
  - **I miejsce w Konkursie na najlepszy poster SLZ 2023 – poster autorstwa Budzanowska-Drzewiecka M., Bąk S., Jedynak P., Lipińska A., Teczkę M. pt. *Transformacja cyfrowa procesu kształcenia w instytucjach szkolnictwa wyższego – główne uwarunkowania*.**

- **II miejsce w Konkursie na najlepszy poster SLZ 2023 – poster autorstwa Budzanowska-Drzewiecka M., Lubowiecki-Vikuk A. pt. *Rozpoznawanie i pomiar emocji w badaniach doświadczeń klienta.***
22. XXIX Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji: *Marketing w epoce globalnych wyzwań*. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie i Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Kraków, 11–13 września 2023. Referat: *Wiedza konsumenta o produkcie jako determinanta postrzegania przydatności recenzji internetowych o różnej walencji*. Sesja *Zachowania konsumentów – obszary i wyniki badań* moderowana przez dra hab. Marcina Komor, prof. UE.
- **I miejsce w Konkursie Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu na najlepszy tekst zgłoszony na XXIX Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji.**

## Pozostałe konferencje naukowe w których uczestniczyłam

2010

23. Konferencja Naukowa. *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty*. Uniwersytet Szczeciński. Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług. Katedra Marketingu Usług. Październik 2010. Referat: *Młodzi konsumenci jako odbiorcy reklam telewizyjnych*

2011

24. Konferencja Naukowa. *Zachowania Konsumentckie. Stan, Uwarunkowania, Tendencje*. Uniwersytet Szczeciński. Styczeń 2011. Referat: *Zakres decyzji nabywczych gimnazjalistów w Internecie i poza nim*.
25. Konferencja Naukowa. *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty*. Uniwersytet Szczeciński. Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług. Katedra Marketingu Usług. Październik 2011. Referat: *Specyfika procesu podejmowania decyzji o zakupie przez młodych konsumentów*.
26. Ogólnopolska Konferencja Naukowa *Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania. W kierunku zarządzania drugiej generacji*. Wojskowa Akademia Techniczna. Instytut Organizacji i Zarządzania Wydziału Cybernetyki. Grudzień 2011. Referat: *E-consumer behaviour as the basis for promotional activities on the Internet*.

2012

27. Konferencja Naukowa. *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty*. Uniwersytet Szczeciński. Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług. Katedra Marketingu Usług. Październik 2012. Referat: *Różnice kulturowe w polskich i czeskich reklamach prasowych w pismach kobiecych*.
28. Konferencja Naukowa. *Zachowania Konsumentckie, Stan, Uwarunkowania, Tendencje*. Uniwersytet Szczeciński. Maj 2012. Referat: *Młodzi konsumenci jako odbiorcy i twórcy komunikatów eWOM*.

2013

29. IV Ogólnopolska Konferencja Młodych Naukowców. Uniwersytet Gdański. Wydział Zarządzania, Katedra Ekonomiki Przedsiębiorstw. Sopot, 26 kwietnia 2013. Referat we współautorstwie z dr Anetą Lipińską i dr Izabelą Stańczyk: *Ocena działań podejmowanych przez pracodawców w zakresie zewnętrznego employer branding w internecie z perspektywy osób poszukujących pracy*.

2014

30. XXV Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. *Marketing. Handel. Konsumpcja*. Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Katedra Marketingu i Handlu.

Toruń, 14–16 września 2014. Referat we współautorstwie z dr Moniką Jedynak: *Country of origin as the criterion for the product range assessment by young consumers*

31. V Jubileuszowa Ogólnopolska Konferencja Naukowa. *Usługi 2014*. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Katedra Podstaw Marketingu. Wrocław, 15–16 maja 2014. Referat we współautorstwie z dr Anetą Lipińską: *Motywy wykorzystania aplikacji mobilnych w procesie nabywania dóbr wśród młodych konsumentów*
32. V Konferencja Naukowa Katedr Marketingu Uczelni Technicznych. *Marketing w społeczeństwie informacyjnym (Marketinfo 2014)*. Politechnika Gdańska, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Katedra Marketingu. Gdańsk, 4–5 grudnia 2014. Referat: *Identyfikacja potrzeb z zakresu komunikacji międzykulturowej w marketingu wśród polskich młodych profesjonalistów*
33. Konferencja Naukowa. *Komunikacja rynkowa: Innowacje – Media – Design*. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu. Katedra Strategii Marketingowych. Poznań, 7–8 maja 2014. Referat we współautorstwie z dr Anetą Lipińską: *Wybrane uwarunkowania stosunku młodych konsumentów w Polsce do reklamy mobilnej*.
34. Konferencja naukowa Zachowania konsumentckie 2014. *Zachowania konsumentów a zarządzanie organizacjami – dekada doświadczeń w zintegrowanej przestrzeni europejskiej*. Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Katedra Marketingu oraz Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Wałczu. Międzyzdroje, 19–20 maja 2014. Referat: *Style podejmowania decyzji zakupowych przez młodych konsumentów*.

2015

35. Konferencja Naukowa: *Współczesny marketing – na styku teorii i praktyki*. Politechnika Rzeszowska, Wydział Zarządzania, Katedra Marketingu. Rzeszów-Polańczyk, 25–26 września 2015. Referat: *Korzystanie z nieformalnych źródeł informacji w Internecie przy podejmowaniu decyzji nabywczych przez młodych konsumentów w świetle badań własnych*.

2016

36. XXVI Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. *Współczesne paradygmaty w marketingu, handlu i konsumpcji*. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Zakład Badań Konsumpcji. Zakład Marketingu i Analiz Rynkowych. Warszawa, 18–20 września 2016. Referat: *Motywy poszukiwania informacji rynkowych przez młodych konsumentów w nieformalnych źródłach w internecie (eWOM)*.
37. Konferencja Naukowa *Przeobrażenia w marketingu na współczesnym rynku*. Uniwersytet Szczeciński, Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Marketingu Usług. Pobierowo, 28–29 czerwca 2016. Referat: *Advertising in digital games targeted to children*.

2017

38. VIII Konferencja Naukowa Katedr Marketingu Uczelni Technicznych. *Marketing w społeczeństwie informacyjnym (Market Info 2017)*. Politechnika Gdańska, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Katedra Marketingu. Gdańsk, 7–8 grudnia 2017. Referat we współautorstwie z dr Anitą Proszowską (AGH): *Assessment of usefulness of information contained on websites of online clothing shops in purchase process of young adults*.
39. Konferencja Naukowa: *Konsumpcja i rozwój. Rozwój i konsumpcja*. IBRKK. Zakład Konsumpcji. Warszawa, 24 marca 2017. Referat: *Znaczenie innowacyjności konsumenta w zakupach online młodych dorosłych*.

2019

40. Międzynarodowa Konferencja Naukowa: 10<sup>th</sup> EIASM *Interpretative Consumer Research Workshop*. European Institute for Advanced Studies in Management. Lyon, Francja. 9–10 May, 2019.
41. Międzynarodowa Konferencja Naukowa: *Zarządzanie Uniwersytetem Przyszłości Doskonalenie organizacyjne uczelni przyszłości II. Dobre praktyki we wdrażaniu „Konstytucji dla Nauki”*. 13th Intercultural Management Conference. Uniwersytet Jagielloński Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Kraków, 27 czerwca 2019. Referat we współautorstwie z dr Martą Tutko: *Perception of the university's quality culture by the academic community*.

2020

42. Konferencja Naukowa z okazji XXV lat istnienia Wyższej Szkoły Menedżerskiej w Warszawie. *Gospodarka i społeczeństwo – wyzwania i perspektywy*. Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie. 22 października 2020. Referat we współautorstwie dr Marty Tutko *Aktywności pro-środowiskowe podejmowane przez polskich pracowników w miejscu pracy*.
43. VII Ogólnopolska Konferencja Naukowa Doktorantów z cyklu *Paradygmaty współczesnego zarządzania organizacjami*. Akademia WSB. Wydział Zarządzania Politechniki Warszawskiej. 23–24 października 2020.
44. Seminarium naukowe dla opiekunów, promotorów i promotorów pomocniczych rozpraw doktorskich. Akademia WSB. 8 maja 2020.
45. I Ogólnopolska Konferencja Naukowa *Współcześnie o Marketingu*. Fundacja Tygiel. Kraków, 28 lutego 2020.

2021

46. I Seminarium Naukowe Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu: *Marketing w czasie pandemii. Konsekwencje dla nauki i praktyki gospodarczej*. PNTM, 4 marca 2021.
47. II Ogólnopolska Konferencja Naukowa *Współcześnie o Marketingu*. Wydawnictwo Naukowe Tygiel. Lublin. 15 maja 2021.
48. Międzynarodowa Konferencja Naukowa: EMAC Regional 2021; Pre-conference 2nd Early-Stage Researcher Symposium at EMAC Regional 2021 Conference. Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie, 22 września 2021.

2022

49. III Seminarium Naukowe Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu: *Technologie nowej generacji jako game changer w marketingu*. PNTM, 10 marca 2022.

## Konferencje dydaktyczno-naukowe

1. III Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa: *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 8 czerwca 2018.
2. IV Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa. *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 11 czerwca 2019.
3. V Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 9 czerwca 2020.
4. VI Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa: *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 10 czerwca 2021.
5. Uniwersjada Marketingu 2022. *Komunikacja rynkowa w zmieniającym się otoczeniu – wyzwania i trendy*. 30-lecie Katedry Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Kraków, 2–3 czerwca 2022.
6. Druga Uniwersjada Marketingu, 2023. *Komunikacja rynkowa w zmieniającym się otoczeniu – wyzwania i trendy*. Konferencja naukowo-dydaktyczna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Kraków 12 czerwca 2023.



## Szkolenia, konferencje szkoleniowe i branżowe

2007–2008

1. Kurs z zakresu *Zarządzania Projektami*, Wyższa Szkoła Europejska im ks. J. Tischnera w Krakowie

2009

2. *Sukces z zarządzaniu projektami*. Szkolenie dla kadry zarządzającej projektami w Wyższej Szkole Europejskiej. Wyższa Szkoła Europejska w Krakowie. Kraków, 26–28 listopada 2009.
3. *Podstawy Obsługi MS Project 2007*. Szkolenie dla kadry zarządzającej projektami w Wyższej Szkole Europejskiej, Wyższa Szkoła Europejska im ks. J. Tischnera w Krakowie. Kraków, wrzesień–październik, 2009.
4. *Sztuka Mówienia*, Wyższa Szkoła Europejska im ks. J. Tischnera w Krakowie. Kraków, 18.05–11.06.2009.

2010

5. *Profesjonalna obsługa klienta – kluczem do sukcesu zawodowego*, Wyższa Szkoła Europejska im ks. J. Tischnera w Krakowie. Kraków, 23 stycznia 2010.
6. *Kurs na auditora wewnętrznego – ISO9001:2008*. LRQA. Kraków 23-24 kwietnia 2010. [nr certyfikatu 09/5196].

2012

7. Udział w szkoleniu z zakresu obsługi programu STATISTICA, Statsfot Kraków. Kraków, styczeń–sierpień 2012.

2013

8. Konferencja Szkoleniowa *Ochrona prawna i ocena publikacji naukowych*. Uniwersytet Jagielloński w Krakowie. Kraków, 24 września 2013.
9. *Jak z sukcesem przygotować wniosek o grant?* Wydawnictwo Naukowe PWN. Kraków, 5 grudnia 2013.

2014

10. *Wykorzystanie Mendeleja w pracy naukowej*. Uniwersytet Jagielloński. Kraków, 20 stycznia 2014.
11. *Fundusze strukturalne dla szkół wyższych w latach 2014–2020*. Uniwersytet Jagielloński. Kraków, 24 lutego 2014.
12. *Bibliografia publikacji pracowników w Repozytorium UJ. Idea i funkcjonalność systemu*. Uniwersytet Jagielloński. Kraków, 9 grudnia 2014.
13. *Analiza wielowymiarowa*. StatSoft Polska. Kraków, 22–23 maja 2014.
14. Seminarium *Praktyka Nauce – Nauka Praktyce*. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach oraz Polskie Towarzystwo Badaczy Rynki i Opinii.
  - *Konsument 2014*. Katowice, 26 października 2014
  - *Badania jakościowe online*. Katowice, 26 listopada 2014
  - *Semiotyka – w stronę marketingu znaczeń*. Katowice, 10 grudnia 2014

2015

15. Warsztaty dotyczące baz oraz narzędzi bibliograficznych Thomson Reuters. Thomson Reuters. Kraków, 27 maja 2015.

16. Wdrażanie systemu antyplagiatowego na Uniwersytecie Jagiellońskim. Tydzień Jakości Kształcenia 2015 na Uniwersytecie Jagiellońskim. Kraków, 3 grudnia 2015.
17. Seminarium *Praktyka Nauce – Nauka Praktyce*. Organizacja Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach oraz Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii.
  - *Neurobadania – wykorzystanie w praktyce*. Katowice, 21 stycznia 2015
  - *Socjologia wizualna*. Katowice, 18 lutego 2015
  - *Analogowi versus cyfrowi*. Katowice, 22 kwietnia 2015
  - *Grywalizacja i inne wsparcia dla współczesnych badań marketingowych*. Katowice, 20 maja 2015

2017

18. *Instrumentarium Naukowca – wykorzystanie narzędzi wspomagających proces pisanie tekstów, wyszukiwania źródeł oraz udostępniania publikacji w Internecie* Centrum Promocji Informatyki sp. z o.o. Warszawa, 7 listopada 2017.

2018

19. XIX Kongres Badaczy. *Impact Factor. Wiedza ma moc*. Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii. PTBRiO i OFBOR. Warszawa, 25–26 października 2018.
20. XXII Konferencja poświęcona *Zastosowaniom statystyki i metod data mining w badaniach naukowych* StatSoft Polska. Warszawa. 23 października 2018.
21. Warsztaty *Efektywne publikowanie naukowe*. Projekt Naukowiec. Politechnika Krakowska. Centrum Transferu Technologii. Kraków, 21 listopada 2018.
22. Kurs obsługi IBM SPSS STATISTICS w ramach rozwiązania PSIMAGO – praca z danymi i obiektami wynikowymi. Ars Docendi. Uniwersytet Jagielloński. Kraków, maj 2018.

2019

23. Semina i warsztaty metodologiczne, Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania
  - *Dobre praktyki publikacyjne w naukach o zarządzaniu i jakości*. Kraków, 27 marca 2019
  - *Badania jakościowe – analiza danych*. Kraków, 15 maja 2019
  - *Opowieść o prognozowaniu cen energii, ignorowaniu recenzentów, szantażowaniu redaktorów i paru innych mniej lub bardziej wiarygodnych przygodach pewnego profesora*. Kraków, 16 października 2019
  - *Stosowanie oprogramowania komputerowego w analizie danych jakościowych: MAXqda, QDAminer, NVIVO*. Kraków, 27 listopada 2019
24. Szkolenie w zakresie *Dydaktyki ze studentem zagranicznym* zorganizowanym przez Uniwersytet Jagielloński w ramach projektu ZintegruJ – kompleksowy Program Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014–2020 współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Unii Europejskiej. Kraków, 1–5 lipca 2019.

2020

25. *Why are some scientific paper rejected?* Emerald Team. 8 lipca 2020.
26. Seria szkoleń realizowanych przez Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości. Uniwersytet Jagielloński w Krakowie.
  - *Storytelling w mediach społecznościowych*, 7 grudnia 2020
  - *Wizerunek marki w mediach społecznościowych*, 4 listopada 2020
  - *Zdigitalizowane życie*, 27 listopada 2020
27. Szkolenie: *Narzędzia wspierające zdalne prowadzenie zajęć ze studentami*; w ramach projektu ZintegruJ – Kompleksowy Program Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego. Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Kraków 13–24 lipca 2020.

2021

28. Prezentacje PreLabów: „InfoLab” POB DigiWorld. Uniwersytet Jagielloński w Krakowie. Wystąpienie: *Dylematy odbioru informacji rynkowych przez konsumentów. Wskazówki o nadawcy w przetwarzaniu komunikatów eWOM*. Kraków, 18 marca 2021
29. *Efektywne Publikowanie Naukowe*. Academya. 29 kwietnia 2021.
30. *Why to do science if no one understands it?* Webminarium Academya. 3 grudnia 2021.
31. Seria szkoleń realizowanych przez Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości. Uniwersytet Jagielloński w Krakowie.
  - *Influencer marketing w mediach społecznościowych*, 8 kwietnia 2021
  - *Niestampowa reklama w mediach społecznościowych*, 10 lutego 2021

2022–2023

32. *Recenzja awansowa – dokument urzędowy czy spontaniczna twórczość recenzenta?* Webminarium Academya. Uniwersytet Jagielloński, Managing for the Future Lab, 3 marca 2022.
33. *Dydaktyczne Dygresje. Wsparcie nauczyciela akademickiego*. Uniwersytet Jagielloński Kraków. Cykl spotkań w roku akademickim 2022/2023.
34. Szkoła Tutorów. w ramach projektu ZintegrUJ – Kompleksowy Program Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego. Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego Kraków, 29 sierpnia – 6 września 2023. Certyfikat Tutora pierwszego stopnia.

## Wykaz udziału w komitetach organizacyjnych i naukowych konferencji krajowych lub międzynarodowych, z podaniem pełnionej funkcji

Udział w Komitecie organizacyjnym konferencji naukowych

*Szkoła Letnia Zarządzania 2018* – XX edycja konferencji Komitetu Nauk Organizacji i Zarządzania PAN, Krynica Zdrój, 13–15 czerwca 2018 – członkini komitetu organizacyjnego.

Do moich najważniejszych obowiązków należało m.in.:

- przygotowanie wytycznych redakcyjnych dla autorów,
- zaplanowanie przebiegu całości procesu recenzyjnego, organizacja, koordynacja (w tym przygotowanie od strony merytorycznej aplikacji OpenKM (zaprojektowanie architektury „systemu”, testowanie; zorganizowanie procesu zbierania tekstów i ich animizacji; współpraca z recenzentami i redaktorami; nadzór i monitorowanie procesu recenzyjnego),
- zaplanowanie przebiegu całości procesu wydawniczego, organizacja, koordynacja (w tym przygotowanie harmonogramu i instrukcji dla Redaktorów dotyczących przebiegu procesu wydawniczego; współpraca z wydawnictwami – monitoring kalkulacji i procesu zawierania umów; nadzór i monitorowanie prac wydawniczych – kilku wydawnictw współpracujących z SLZ 2018 – łącznie 11 tomów publikacji),
- organizacja strony logistycznej konferencji (zaplanowanie i organizacja procesu magazynowania i transportu materiałów konferencyjnych).

Członkini Rady programowej międzynarodowych konferencji

### *European Conference on Social Media*

- 9<sup>th</sup> European Conference on Social Media, 2022, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
- 10<sup>th</sup> European Conference on Social Media, 2023, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
- 11<sup>th</sup> European Conference on Social Media, 2024 – Brighton University, Wielka Brytania

The International Conference on Modern Approaches in Humanities, Management, Economics and Accounting in Stockholm, Szwecja 2017

Do moich obowiązków należało promowanie inicjatywy, recenzowanie referatów. Ponadto, w 2022 roku, podczas konferencji *European Conference on Social Media* zaplanowanie Mini track dotyczącego *eWOM Communications: Trends and Determinants*.

Członkini Rady Komitetu Naukowego konferencji

- I Ogólnopolska Konferencja Naukowa *Współcześnie o Marketingu*. Fundacja Tygiel. Kraków, 28 lutego 2020. Aktywne uczestnictwo w pracach Komitetu Naukowego
- II Ogólnopolska Konferencja Naukowa: *Współcześnie o marketingu*. Fundacja Tygiel. 15 maja 2021. Aktywne uczestnictwo w pracach Komitetu Naukowego

Członkini Rady programowej konferencji naukowo-dydaktycznych

1. III Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa: *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 8 czerwca 2018.
2. IV Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa. *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 11 czerwca 2019.
3. V Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 9 czerwca 2020.
4. VI Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa: *Komunikacja rynkowa, czyli jak się promują współczesne przedsiębiorstwa?* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Katedra Marketingu. Kraków, 10 czerwca 2021.
5. Uniwersjada Marketingu 2022. *Komunikacja rynkowa w zmieniającym się otoczeniu – wyzwania i trendy*. 30-lecie Katedry Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Kraków, 2–3 czerwca 2022.
6. Druga Uniwersjada Marketingu, 2023. *Komunikacja rynkowa w zmieniającym się otoczeniu – wyzwania i trendy*. Konferencja naukowo-dydaktyczna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Kraków 12 czerwca 2023.

Pełniąc funkcję członkini Rady programowej odpowiedzialna byłam za organizację procesu zgłoszeń na konferencję na Uniwersytecie Jagiellońskim, wsparcie merytoryczne i organizacyjne Menedżerki Konferencji, pomoc w poszukiwaniu *key speakearów*.

## Wykaz uczestnictwa w pracach zespołów badawczych realizujących projekty finansowane w drodze konkursów krajowych lub zagranicznych, z podziałem na projekty zrealizowane i będące w toku realizacji, oraz z uwzględnieniem informacji o pełnionej funkcji w ramach prac zespołów

Dwukrotnie przygotowywałam wnioski starając się o przyznanie środków finansowych na realizację działań naukowych. Niestety nie zostały zakwalifikowane do finansowania.

- 2014 – OPUS-8: *Uwarunkowania percepcji standardowych i niestandardowych kanałów i narzędzi komunikacji marketingowej wśród młodych konsumentów i seniorów w Polsce*. Kierownik dr Magdalena Władysława Dołhasz, w którym to miałam pełnić funkcję głównego wykonawcy.
- 2019 – OPUS-18: *Awatar w komunikacji eWOM – efekt spójności walencji z perspektywy neuronauki konsumenckiej*. Kierownik dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka (Projekt nie został zakwalifikowany do finansowania w kwietniu 2020 roku; rodzaj planowanych badań spowodował odstąpienie od ponownego złożenia wniosku w związku z pandemią COVID-19).

## Wykaz członkostwa w międzynarodowych lub krajowych organizacjach i towarzystwach naukowych wraz z informacją o pełnionych funkcjach

**Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu** – od stycznia 2014 roku.

Dwukrotnie zostałam zaproszona do uczestnictwa w komisji konkursowej w *Ogólnopolskim konkursie na najlepszą pracę licencjacką z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji* zorganizowanym przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu.

- Członkini komisji konkursowej w *IV Ogólnopolskim konkursie na najlepszą pracę licencjacką z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji* zorganizowanym przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu. 2018
- Członkini komisji konkursowej w *VIII Ogólnopolskim konkursie na najlepszą pracę licencjacką z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji* zorganizowanym przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu. 2022

W obu przypadkach recenzowałam prace licencjackie zgłoszone na konkurs. W 2018 roku cztery prace; w 2022 roku – pięć prac.

## Wykaz staży w instytucjach naukowych lub artystycznych, w tym zagranicznych, z podaniem miejsca, terminu, czasu trwania stażu i jego charakteru

Staż naukowy

Staż o charakterze naukowo-badawczym (miesięczny). Katedra Badań Zachowań Konsumentów, Instytut Zarządzania, Kolegium Zarządzania i Finansów, w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie (umowa CRU-1245/2023 z dnia 28 lutego 2023 roku). Od 15 marca do 19 kwietnia 2023 roku. Opiekunem stażu był dr hab. Adrian Lubowiecki-Vikuk, prof. SGH.

#### Wizyty studyjne

- **University of Valladolid, Campuse in Segovia**, Hiszpania (2019)
- **University of Applied Labour Studies w Mannheim**, Niemcy (2022)

Wykaz członkostwa w komitetach redakcyjnych i radach naukowych czasopism wraz z informacją o pełnionych funkcjach (np. redaktora naczelnego, przewodniczącego rady naukowej itp.)

Członek Komitetu redakcyjnego *Jagiellonian Journal of Management* (2015–2019). Pełnione funkcje: Zastępca Redaktora Naczelnego, Redaktor statystyczny

Wykaz recenzowanych prac naukowych lub artystycznych, w szczególności publikowanych w czasopismach międzynarodowych

Po uzyskaniu stopnia naukowego doktora zrecenzowałam 75 prac naukowych, w tym 20 dla czasopism międzynarodowych oraz 7 zgłoszonych na konferencje międzynarodowe. W analizowanym okresie miałam okazję współpracować z redakcjami czasopism znajdujących się na liście *Journal Citation Reports*, tj. *Management of Environmental Quality*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* bądź *Journal of Organizational Change Management*. Miałam też okazje do wykonania recenzji materiałów konferencyjnych (konferencje międzynarodowe EMAC), współpracy z redakcjami czasopism polskich o zasięgu krajowym i międzynarodowym oraz redaktorami monografii wieloautorskich. Zestawienie umieszczam poniżej.

Tabela 1. Wykonane recenzje prac naukowych

Rok	Czasopismo/wydawnictwo/Przedsięwzięcie	Liczba wykonanych recenzji
2016	<b>Journal of Organizational Change Management</b>	1
	Konsumpcja i Rozwój	2
	Studia i Materiały	1
	Monografia: Zeszyty Studencki Uniwersytetu Szczecińskiego pt. Współczesne problemy finansów, marketingu i transportu z perspektywy młodych uczonych. Red. Agnieszki Gozdek, Marty Musiał i Kamili Peszko	2
2017	Konsumpcja i Rozwój	3
	Konteksty Społeczne	1
	Konferencja Doktorantów; Zagadnienia aktualnie poruszane przez młodych naukowców – materiały pokonferencyjne	2
2018	<b>Journal of Organizational Change Management</b>	3
	Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation	2
	Przedsiębiorczość-Edukacja	1
2019	<b>Konferencja międzynarodowa: The European Marketing Academy: 10<sup>th</sup> EMAC Regional Conference 2019; Innovations in Marketing Models and Customer Experience Management: Emerging Markets Perspectives.</b> Uniwersytet w St. Petersburg, Rosja.	3
	Przedsiębiorczość-Edukacja	7
2020	<b>International Journal of Contemporary Management</b>	1
	<b>Management of Environmental Quality</b>	1
	<b>Konferencja międzynarodowa The European Marketing Academy: 11<sup>th</sup> EMAC Regional Conference 2020; Challenging the status quo in marketing research.</b> University of Zagreb. Faculty of Economics and Business. Chorwacja	2
	Przedsiębiorczość-Edukacja	10
2021	<b>International Journal of Marketing, Communication and New Media</b>	3
	Przedsiębiorczość-Edukacja	8
	Wydawnictwo Tygiel. Recenzje rozdziałów do monografii wieloautorskiej	2
2022	<b>International Journal of Contemporary Hospitality Management</b>	1
	<b>Management of Environmental Quality</b>	3
2022	<b>Konferencja międzynarodowa: EMAC Annual Conference 2022.</b> Corvinus University of Budapest, Węgry	1
	<b>Konferencja międzynarodowa: 9<sup>th</sup> European Conference on Social Media</b>	1
	<b>International Journal of Marketing, Communication and New Media</b>	1
	Przedsiębiorczość-Edukacja	2
	Zeszyty Naukowe (HSS)/Scientific Papers (MMR)	1
	Wydawnictwo Tygiel. Recenzje rozdziałów do monografii wieloautorskiej	2
2023	<b>International Journal of Contemporary Hospitality Management</b>	1
	<b>International Journal of Marketing, Communication and New Media</b>	1
	<b>Environment, Development and Sustainability</b>	3
	Journal of Akdeniz İletişim	1
	eMentor	1
	Przedsiębiorczość-Edukacja	1
<b>Razem</b>		<b>75</b>

Źródło: opracowanie własne.

## Wykaz uczestnictwa w programach europejskich lub innych programach międzynarodowych

Po uzyskaniu stopnia doktora uczestniczyłam w programach europejskich:

- 2008–2009 – Projekt *Kompetentnie ku Przyszłości* – udział w projekcie realizowanym przez Centrum Rozwoju Strategicznego Wyższej Szkoły Europejskiej im. ks. J. Tischnera, finansowanym przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego; zatrudnienie w charakterze Specjalista ds. monitoringu i ewaluacji.
- 2019–2023 – Program Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014–2020 współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach unii Europejskiej. Uczestnictwo w szkoleniach:
  - o *Dydaktyka ze studentem zagranicznym*. Kraków, 1–5 lipca 2019.
  - o *Narzędzia wspierające zdalne prowadzenie zajęć ze studentami*. Kraków 13–24 lipca 2020.
  - o Szkoła Tutorów. Kraków, 29 sierpnia – 6 września 2023.
- 2019–2022 – Program Erasmus+ – w ramach Staff Mobility for Teaching: University of Valladolid, Campuse in Segovia, Hiszpania (2019) oraz Staff Mobility for Training: University of Applied Labour Studies w Mannheim, Niemcy (2022)

## Wykaz udziału w zespołach badawczych, realizujących projekty inne niż określone w pkt. II.9.

Projekty naukowo-badawcze o charakterze międzynarodowym

*Kobiety i mężczyźni pokolenia Y na rynku pracy (Women, Men and Success: Pathways to Achievement)* realizowany w kooperacji przez University of Applied Labour Studies w Mannheim (Niemcy) oraz Uniwersytet Jagielloński w Krakowie (Polska) w latach 2021–2022; nr umowy: 817.063.7.2017. Funkcja: główny wykonawca.

Rezultatem projektu są publikacje:

1. Bugaj J., Budzanowska-Drzewiecka M., Jędrzejczyk P. (2022). Generation Y employee career engagement: research results for Poland and Germany. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 149(6), 26–43. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0016.2044>
2. Budzanowska-Drzewiecka M., Jędrzejczyk P., Bugaj J.M., Rożnowski B. (2023). The relevance of the male perspective on gender diversity management in the context of the social impact of organizations. W: Bachnik K., Kazimierczak M., Rojek-Nowosielska M., Stefańska M., Szumniak-Samolej J. (red.) *Social Impact of Organizations*, w druku.

Dodatkowo trwają prace nad monografią, której wydanie planowane jest na 2024 rok (Wydawnictwo Springer).

Projekty naukowo-badawcze – krajowe



Po uzyskaniu stopnia doktora realizowałam projekty badawcze ramach badań własnych i działalności statutowej Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania.

1. 2020–2023 – *Perswazyjność komunikacji eWOM*. Kierownik: Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych.
2. 2020–2022 – *Prośrodowiskowe zachowania pracowników – zakres i uwarunkowania*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Marty Tutko.
3. 2019–2022 – *Dzielenie się wiedzą między studentami*. Kierownik: Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Anety Lipińskiej i dra Macieja Teczek.
4. 2017–2018 – *Wkład neuromarketingu w wiedzę o komunikacji marketingowej – kierunki rozwoju i metody badań*. Kierownik: Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka. Projekt realizowany w ramach badań własnych w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ będący podstawą do planowanego wniosku złożonego w 2019 roku do NCN.
5. 2017–2018 – *Innowacyjność konsumentów w e-commerce*. Kierownik: Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka. Projekt realizowany w ramach badań własnych w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ.
6. 2015–2016 – *Poszukiwanie i udostępnianie komunikatów eWOM przez młodych konsumentów (w wieku od 16 do 25 lat)*. Kierownik: Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka. Projekt realizowany w ramach badań własnych w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ.
7. 2014–2015 – *Niestandardowe formy komunikacji marketingowej w ocenie młodych konsumentów*. Kierownik: Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka. Projekt realizowany w ramach badań własnych w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ.
8. 2014 – *Ocena źródeł informacji w Internecie przy podejmowaniu decyzji nabywczych przez polskich młodych konsumentów (15–24)*. Kierownik: Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka. Projekt realizowany w ramach badań własnych w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ.
9. 2013–2014 – *Oddziaływanie efektu kraju pochodzenia na decyzje nabywcze młodych konsumentów*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Moniki Jedynak.
10. 2013–2014 – *Stosunek konsumentów do wybranych aspektów marketingu mobilnego*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Anety Lipińskiej.
11. 2013 – *Employer branding w Internecie*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Anety Lipińskiej i dr Izabeli Stańczyk.
12. 2012 – *Młodzi konsumenci w Internecie*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Anety Lipińskiej.
13. 2011 – *Identyfikacja i ocena działań z zakresu CSR w sektorze elektroenergetycznym w Polsce*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Anety Lipińskiej i dr Natalii Dudzińskiej-Korcza.
14. 2011 – *Współdziałanie w obszarze Internetu – możliwości i realia*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii i Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale dr Anety Lipińskiej.
15. 2010–2012 – *Korzystanie ze źródeł informacji przez młodych konsumentów przy podejmowaniu decyzji nabywczych*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii i Zarządzania UJ w ramach badań własnych (finansowanie BW IEiZ UJ).

Przed doktoratem

1. 2003–2006 – *Uwarunkowania zachowań rynkowych konsumentów w wieku 9-11 lat w środowisku wielkomiejskim*. Projekt realizowany w Instytucie Ekonomii i Zarządzania UJ w ramach badań własnych (finansowanie BW IEiZ UJ).
2. 2000 – *Postawy Polaków wobec produktów z uwzględnieniem kraju pochodzenia*, Projekt realizowany w Instytucie Zarządzania UJ w ramach badań własnych przy współudziale Agnieszki Gardęła (finansowanie BW IZ UJ).

## Projekty badawcze we współpracy z biznesem

*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. Funkcja: Kierownik projektu  
W konsekwencji projektu opublikowałam:

1. Budzanowska-Drzewiecka M., Tutko M. (2019). Parallels in the information search behaviour among young consumers from Poland and Ukraine: a qualitative analysis. W: P. Krnáčová (red.), *19th International Joint Conference Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment: proceedings* (s. 46–58). Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, University of Economics in Bratislava.
2. Budzanowska-Drzewiecka M. (2020). Wirtualne dyskusje w badaniach jakościowych: dylematy sięgania po Bulletin Board Discussion (BBD). W: K. Mazurek-Łopacińska, M. Sobocińska (red.). *Badania marketingowe w gospodarce cyfrowej* (s. 195–208). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Uczestniczyłam też w jednej międzynarodowej (CEE, Praga, 2019) i jednej krajowej konferencji (*Badania marketingowe*, Wrocław, 2022) prezentując wyniki badań.

## Wykaz uczestnictwa w zespołach oceniających wnioski o finansowanie badań, wnioski o przyznanie nagród naukowych, wnioski w innych konkursach mających charakter naukowy lub dydaktyczny

2017 – członkini komisji Konkursowej *Studenckiego Nobla*. Konkurs organizowany przez Niezależne Stowarzyszenie Studentów. Studencki Nobel to cykliczny konkurs organizowany przez Niezależne Zrzeszenie Studentów, którego celem jest wyróżnienie studentów o wybitnych osiągnięciach na różnych polach, zarówno naukowych, artystycznych jak i społecznych. Jako członek komisji oceniającej przygotowywałam recenzje złożonego dorobku przez kandydatów oraz uczestniczyłam w obradach komisji.

## III. WSPÓŁPRA Z OTOCZENIEM SPOŁECZNYM I GOSPODARCZYM

### Wykaz dorobku technologicznego

*Nie dotyczy*

### Współpraca z sektorem gospodarczym

W okresie po uzyskaniu stopnia doktora miałam okazję współpracować z sektorem gospodarczym realizując wspólnie przedsięwzięcia mające na celu komercjalizację wiedzy bądź przygotowanie projektów. Między innymi:

2017–2019 – współpraca z Polskim Towarzystwem Badaczy Rynku i Opinii. Pomysłodawczyni i organizator cyklu Seminariów *Praktyka Nauce. Nauka Praktyce* realizowanych w IEFiZ UJ we współpracy z Polskim Towarzystwem Badaczy Rynku i Opinii. Funkcja: Przewodnicząca Komitetu Organizacyjnego – pomysłodawczyni i organizator. Zrealizowane dwie edycje:

- 2017/2018
- 2018/2019

2015–2019 – współpraca z Maspex Wadowice w ramach projektu Akademia Umiejętności Maspexu – pełniąc funkcję organizatora z ramienia IEFiZ UJ.

- Organizacja cyklu warsztatów Akademia Umiejętności Maspexu w roku akademickim 2015/2016 z ramienia Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ. Projekt współorganizowany przez Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ oraz Grupę Maspex.
- Organizacja cyklu warsztatów Akademia Umiejętności Maspexu w roku akademickim 2016/2017 z ramienia Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ. Projekt współorganizowany przez Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ oraz Grupę Maspex.
- Organizacja cyklu warsztatów Akademia Umiejętności Maspexu w roku akademickim 2018/2019 z ramienia Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ. Projekt współorganizowany przez Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ oraz Grupę Maspex.

2020 – współpraca z F.G.I., Inc. w ramach przygotowania zwycięskiego wniosku; Projekt *Proptech – AI real estate sales assistant. Opracowanie systemu automatycznej sprzedaży mieszkań z rynku pierwotnego (deweloperskiego) z wykorzystaniem asystenta sprzedaży opartego na algorytmach sztucznej inteligencji wraz z systemem wyceny nieruchomości i wyboru kredytu hipotecznego na zakup nieruchomości*; Program Operacyjny Polska Wschodnia; Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego

Wykaz uzyskanych praw własności przemysłowej, w tym uzyskanych patentów krajowych lub międzynarodowych

*Nie dotyczy*

Wykaz wdrożonych technologii

*Nie dotyczy*

Wykaz wykonanych ekspertyz lub innych opracowań wykonanych na zamówienie instytucji publicznych lub przedsiębiorców

2020 – ekspertyza – recenzowanie kwalifikacji rynkowych dla Instytutu Badań Edukacyjnych w ramach projektu *Wspieranie realizacji II etapu wdrażania zintegrowanego systemu kwalifikacji na poziomie administracji centralnej oraz instytucji nadających kwalifikacje i zapewniających jakość nadawania kwalifikacji*.

2014–2015 – ekspertyza – wykonanie ekspertyzy dla Społecznej Szkoły Podstawowej nr 3 im. STO w Krakowie; badania satysfakcji wśród rodziców uczniów między innymi w sferze współpracy rodziców z Dyrekcją i Nauczycielami oraz oferty zajęć dodatkowych.

Wykaz udziału w zespołach eksperckich lub konkursowych

*Nie dotyczy*

#### IV. DANE NAUKOMETRYCZNE

Impact Factor (w dziedzinach i dyscyplinach, w których parametr ten jest powszechnie używany jako wskaźnik naukometryczny)

Zgodnie z opracowaniem Biblioteki Wydziałowej; Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ; **Analiza bibliometryczna dorobku naukowego na dzień 18.09.2023 r.**

1. The impact of individual motivation on employee voluntary pro-environmental behaviours: the motivation towards the environment of Polish employees  
Budzanowska-Drzewiecka, M and Tutko, M  
**MANAGEMENT OF ENVIRONMENTAL QUALITY**  
**Impact Factor = w 2021 r. czasopismo jeszcze nie miało współczynnika IF, dopiero za rok 2022 IF = 5,3**  
Jul 20 2021 | Apr 2021 (Early Access) | 32 (5), pp.929-948
2. Critical reflection on VUCA in tourism and hospitality marketing activities  
Lubowiecki-Vikuk, A; Budzanowska-Drzewiecka, M; (...); Taheri, B  
**INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT**  
**Impact Factor = ostatnia edycja Journal Citation Reports dotyczy 2022 roku, IF czasopisma za rok 2022 = 11,1**  
Jul 17 2023 | Jan 2023 (Early Access) | 35 (8), pp.2983-3005
3. The Participation of Manufacturing Employees in Workplace Health Promotion Programmes: Determinants and barriers  
Budzanowska-Drzewiecka, M; Ptaszynska, M and Bugaj, JM  
**INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATION AND NEW MEDIA**  
**Impact Factor = w 2021 r. czasopismo jeszcze nie miało współczynnika IF, dopiero za rok 2022 IF = 0,4**  
Jun 2021 | pp.30-50

Liczba cytowań publikacji wnioskodawcy, z oddzielnym uwzględnieniem autocytowań i Indeksu Hirscha

Baza	Liczba publikacji	Liczba cytowań		H-indeks
		całkowita	bez autocytowań	
WEB OF SCIENCE	3	7	7	1
SCOPUS	4	11	10	2
PUBLISH OR PERISH	85	193	-*	7

\* w Publish or Perish nie ma możliwości wyodrębnienia autocytowań

Źródło: Biblioteka Wydziałowa; Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ; Analiza bibliometryczna dorobku naukowego na dzień 18.09.2023 r.

  
(podpis wnioskodawcy)