

## ☒ PATRONI KONFERENCJI



Polskie  
Wydawnictwo  
Ekonomiczne



## ☒ KOMITET ORGANIZACYJNY KONFERENCJI

- dr Mariusz Kuziak - przewodniczący komitetu organizacyjnego
- dr Krzysztof Kapera
- mgr Krystyna Flis
- mgr Monika Janicka

Katedra Marketingu  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie  
ul. Rakowicka 27  
31-510 Kraków  
tel.: +48 (12) 29-35-689  
fax :+48 (12) 29-35-058

e-mail: konferencja.wizerunek@uek.krakow.pl

tel. kom.: +48 601 160-620 (dr Mariusz Kuziak)  
tel. kom.: +48 601 188-883 (dr Krzysztof Kapera)



KATEDRA  
MARKETINGU

## TOŻSAMOŚĆ I WIZERUNEK MARKETINGU W POLSCE

STAN OBECNY I KIERUNKI ZMIAN STRATEGII MARKETINGOWYCH

## PROGRAM KONFERENCJI

Kraków, 10-12 maja 2009

## 10 MAJA 2009 R. (NIEDZIELA)

- od 14:00** - recepcja i zakwaterowanie gości konferencyjnych w hotelu Best Western Premier  
**19:00-22:00** - kolacja w formie bufetu dla gości konferencyjnych nocujących w hotelu

## 11 MAJA 2009 R. (PONIEDZIAŁEK)

- 07:00 - 09:00** - śniadanie (dla gości hotelowych)  
**09:00 - 09:30** - Uroczyste rozpoczęcie obrad Konferencji (sala Picasso)  
**09:30 - 11:00** - **Sesja 1: Wizerunek marketingu wśród społeczeństwa, przedstawiciele przedsiębiorstw, pracowników akademickich i studentów - wyniki badań Katedry Marketingu UEK w Krakowie** (sala Picasso)

przewodniczy prof. dr hab. Józefa Kramer (Akademia Ekonomiczna w Katowicach)

- 11:00 - 11:30** - przerwa na kawę

- 11:30 - 13:00** - **Sesja 2: Między teorią a praktyką - spojrzenia na tożsamość marketingu** (sala Picasso)

Przewodniczy prof. dr hab. Roman Głowacki (Uniwersytet Warszawski)

Referaty:

- prof. dr hab. Henryk Mruk: *Tożsamość marketingu - analiza krytyczna*
- prof. dr hab. Leszek Żabiński: *Koncepcje naukowe a praktyczne marketingu. Konsekwencje ich relacji dla tożsamości i wizerunku dyscypliny*
- prof. dr hab. Łukasz Sułkowski: *Epistemologiczne rozterki marketingu*
- prof. dr hab. Klemens Białecki: *Czy „rozproszenie” marketingu ma wpływ na jego „tożsamość”*
- dr Paweł Kowalski: *Marketing a orientacja rynkowa przedsiębiorstwa - ewolucja podejścia*
- prof. UEK dr hab. Adam Sagan: *Marketing w nazwach katedr i zakładów naukowych szkół wyższych w Polsce*

- 13:00 - 14:30** - obiad

- 14:30 - 16:00** - **Sesja 3: Dyskusja panelowa: Tożsamość marketingu w procesie zmian** (sala Picasso)

Przewodniczy prof. dr hab. Marian Strużycki (Szkola Główna Handlowa w Warszawie)

Uczestnicy:

- prof. dr hab. Stanisław Kaczmarczyk (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu)
- prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta (Akademia Leona Koźmińskiego)
- prof. PŁ dr hab. Jacek Otto (Politechnika Łódzka)
- prof. dr hab. Józef Perenc (Uniwersytet Szczeciński)
- prof. dr hab. Bogna Pilarczyk (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)
- prof. dr hab. Jan W. Wiktor (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

- 16:00 - 16:30** - przerwa na kawę

- 16:30 - 18:00** - **Sesja 4: Dydaktyka marketingu - wyzwania i kierunki zmian** (sala Picasso)

Przewodniczy prof. dr hab. Aniela Styś (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)

Referaty:

- prof. dr hab. Zofia Kędzior, mgr Agata Stolecka: *Zmiany w nauczaniu marketingu w opinii ekspertów (lata 2002-2008)*
- dr Beata Kolny, mgr Michał Kucia: *Marketing w dydaktyce szkół wyższych - opinie studentów*
- dr Ewa Frąckiewicz, dr Edyta Rudawska: *Kompetencje marketingowe studentów kierunku zarządzanie w świetle założeń systemu bolońskiego*
- dr Magdalena Sobocińska: *Dydaktyka marketingu w warunkach wirtualizacji życia społecznego*
- dr Marcin Lipowski, dr Radosław Maćik: *Postrzeganie treści i sposobów kształcenia w zakresie badań marketingowych i analizy rynku*

- od 19:00** - Bankiet (Sala Bursztynowa w Hotelu Express by Holiday Inn)

## 12 MAJA 2009 R. (WTOREK)

- 07:00 - 09:00** - śniadanie (dla gości hotelowych)

- 09:00 - 10:30** - **Sesja 5A: Wizerunek marketingu w kontekście działań marketingowych i społecznej odpowiedzialności biznesu** (sala Monet)

Przewodniczy prof. dr hab. Wojciech Wrzosek (Szkola Główna Handlowa w Warszawie)

Referaty:

- dr Magdalena Daszkiewicz: *Spoleczne oblicze marketingu*
- prof. WSH dr hab. Mirosława Pluta-Olearnik: *Wartość wizerunku firmy w kontekście jej społecznej odpowiedzialności*
- prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska: *Marketing wobec wyzwań postmodernizmu*
- prof. dr hab. Eugeniusz Michalski: *Holistyczne aspekty zarządzania marketingowego*
- prof. dr hab. Bogdan Gregor, dr Robert Walasek: *Zarządzanie relacjami z klientem jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa*

- 09:00 - 10:30** - **Sesja 5B: Współczesne wyzwania wobec marketingu** (sala Rembrandt)

Przewodniczy prof. dr hab. Halina Szulce (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)

Referaty:

- prof. UE dr hab. Barbara Iwankiewicz-Rak: *Cechy działań marketingowych w organizacjach non profit - kierunki zmian strategii*
- prof. dr hab. Józefa Kramer: *Ewolucja celów i metod badań marketingowych*
- prof. UŁ dr hab. Stanisława Wilmańska-Sosnowska: *Skuteczność i efektywność działań marketingowych przedsiębiorstwa*
- dr Teresa Taranko: *Ocena aktywności marketingowej przedsiębiorstw za pomocą indeksu rozumienia i stosowania marketingu*
- prof. UEK dr hab. Jan Szumilak: *Marketing relacyjny w świetle założeń teorii kosztów transakcyjnych*

- 10:30 - 11:00** - przerwa na kawę

- 11:00 - 12:00** - **Sesja 6: Podsumowanie obrad i zakończenie konferencji** (sala Picasso)

Przewodniczy prof. dr hab. Anna Czubała (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

- 12:30 - 14:00** - obiad