



Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Zakład Badań Konsumpcji
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji

oraz

Zakład Marketingu i Analiz Rynkowych
Wydział Nauk Ekonomicznych

zapraszają na

**XXVI Zjazd Katedr
Marketingu, Handlu i Konsumpcji**

**„Współczesne paradygmaty
w marketingu, handlu i konsumpcji”**



Warszawa, 18-20 września 2016 roku

Współczesne paradygmaty w marketingu, handlu i konsumpcji

XXVI Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji

Rada Programowa:

- **Prof. dr hab. Krystyna Gutkowska - przewodnicząca**
- **Dr hab. Joanna Szwacka-Mokrzycka, prof. nadzw. SGGW – z-ca przewodniczącej**
- Prof. dr hab. Klemens Białecki
- Prof. dr hab. Czesław Bywalec
- Prof. dr hab. Anna Dąbrowska
- Dr hab. Szczepan Figiel, prof. nadzw. UWM
- Prof. dr hab. Lechosław Garbarski
- Dr hab. Jarosław Gołębiowski, prof. nadzw. SGGW
- Prof. dr hab. Bogdan Gregor
- Dr hab. Mirosława Janoś–Kresło, prof. nadzw. SGH
- Prof. dr hab. Stanisław Kaczmarczyk
- Prof. dr hab. Grzegorz Karasiewicz
- Prof. dr hab. Ewa Kieźel
- Dr hab. Ryszard Kłeczek, prof. nadzw. UE
- Prof. dr hab. Józefa Kramer
- Prof. dr hab. Alicja Kusińska
- Dr hab. Grzegorz Maciejewski, prof. nadzw. UE
- Prof. dr hab. Sylwester Makarski
- Prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska
- Prof. dr hab. Eugeniusz Michalski
- Prof. dr hab. Bogdan Mróz
- Prof. dr hab. Henryk Mruk
- Prof. dr hab. Roman Niestrój
- Prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta
- Prof. dr Teresa Pałaszewska–Reindl
- Prof. dr hab. Bogna Pilarczyk
- Dr hab. Edyta Rudawska, prof. US
- Prof. dr hab. Teresa Słaby
- Prof. dr hab. Marian Strużycki
- Dr hab. Adam Sagan, prof. nadzw. UEK
- Prof. dr hab. Maria Sławińska
- Prof. dr hab. Genowefa Sobczyk
- Prof. dr hab. Bogdan Sojkin
- Prof. dr hab. Aniela Styś
- Prof. dr hab. Andrzej Szromnik
- Prof. dr hab. Halina Szulce
- Prof. dr hab. Krystyna Śliwińska
- Prof. dr hab. Jan Wiktor
- Dr hab. Jola Witek, prof. nadzw. US
- Dr hab. Tomasz Zalega, prof. nadzw. UW
- Prof. dr hab. Leszek Żabiński
- Dr hab. Wojciech Żurawik, prof. nadzw. UG

Komitet Organizacyjny:

- **Dr hab. Irena Ozimek, prof. nadzw. SGGW - przewodnicząca**
- Dr hab. Małgorzata Kosicka-Gębska
- Dr Mariusz Grębowiec
- Mgr Anna Sobieraj
- Mgr Grzegorz Letkowski
- Dr Dariusz Strzębicki
- Mgr Olena Kulykovets
- Mgr Emilia Lipińska

Wiodące hasło XXV Zjazdu, sytuowało wyzwania przyszłości w doświadczeniach przeszłości, dając tym samym asumpt organizatorom kolejnego spotkania naszego środowiska do zainicjowania dyskusji nad współczesnymi paradygmatami marketingu, handlu i konsumpcji. Kwestia ta wydaje się być bardzo istotna w dobie dynamicznych zmian, zarówno w teorii, jak i w praktyce każdego z elementów tego swoistego trójczłonowego systemu, podlegającego często wpływom antynomicznych zjawisk i tendencji. Jedną z egzemplifikacji takiego zjawiska może być globalizacja versus indywidualizacja. Poszukiwanie modeli czy wzorców, ma szczególne znaczenie w sytuacji występującej mnogości konceptualnych rozstrzygnięć, zarówno w warstwie teorii, metodologii, jak i praktycznego ich wykorzystania.

Celem XXVI Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji, poza określeniem czy raczej próbą określenia tych paradygmatów, jest też zainicjowanie dyskusji nad „branżowymi” uwarunkowaniami rozwoju marketingu, handlu i konsumpcji, do czego skłania organizacja tego przedsięwzięcia przez dwa Wydziały Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, jako Uczelni mającej szczególne osiągnięcia w szeroko rozumianej gospodarce żywnościowej, a mianowicie Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji oraz Wydział Nauk Ekonomicznych.

Zakres tematyczny Zjazdu mieścić się będzie w obszarze konotowanym hasłem: „Od marketingu, handlu i konsumpcji w gospodarce centralnie zarządzanej do gospodarki globalnej”. Dlatego też refleksja nad wynikami badań prowadzonych w dekadach minionego systemu gospodarczego stanowić będzie punkt odniesienia dla formułowania paradygmatów w marketingu, handlu i konsumpcji w warunkach gospodarki globalnej.

Ogólną strukturę Zjazdu wyznaczać będą następujące zagadnienia:

1. Megatrendy w marketingu, handlu i konsumpcji – skala, przejawy, prognozy.
2. Funkcjonowanie rynku w cyfrowej przestrzeni – szanse, bariery, zagrożenia.
3. Konsument XXI wieku – nowe wyzwania dla handlu i marketingu.
4. Tendencje zmian w zachowaniach konsumentów w kontekście globalizacji - dywersyfikacja czy unifikacja.
5. Konwencjonalne i niekonwencjonalne podejście do marketingu (innovacyjne narzędzia marketingu; współczesny makro- i mikromarketing; wartościotwórcza rola marketingu.
6. Innovacyjne metody badań marketingowych - ich teoretyczne podstawy i praktyczne wykorzystanie (aspekt poznawczy i pragmatyczny/aplikacyjny).
7. Wyniki współczesnych badań z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji jako asumpt do formułowania paradygmatów.
8. Branżowe uwarunkowania rozwoju marketingu, handlu i konsumpcji na przykładzie rynku żywności.

Miejsce konferencji:

Kampus Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie,
ul. Nowoursynowska 166

Publikacja artykułu w jednym z poniżej wymienionych czasopism recenzowanych (zgodnie z decyzją Rady Programowej Zjazdu podjętej w zależności od zbieżności artykułu z profilem czasopisma oraz po jego pozytywnej recenzji; punktacja wg wykazu czasopism MNiSW z dnia 31 grudnia 2014 r.)

- *Acta Scientiarum Polonorum. Seria: Oeconomia* (10 punktów)
- *Handel Wewnętrzny* (7 punktów)
- *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* (8 punktów)
- *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Problemy Rolnictwa Światowego* (8 punktów)

Ważne terminy

- 15.06.2015 r. - zgłoszenie udziału w Zjeździe Katedr
- 31.07.2015 r. - przesłanie autorom informacji o przyjęciu tematu artykułu oraz wymogów edytorskich
- 30.10.2015 r. - ostateczny termin nadesłania tekstu artykułu
- 31.12.2015 r. - uiszczenie opłaty za udział w Zjeździe
- 30.06.2016 r. - przesłanie uczestnikom szczegółowych informacji organizacyjnych i programu Zjazdu.

Opłata konferencyjna

- uczestnictwo wraz z publikacją oraz noclegiem – **1350 zł**
- uczestnictwo wraz z publikacją bez noclegu – **1150 zł**

Opłatę konferencyjną należy wnieść na konto:

23 1240 6003 1111 0000 4944 2416 z dopiskiem: „Zjazd 2016” oraz podaniem **imienia i nazwiska uczestnika Zjazdu**

Zgłoszenie udziału

- Formularz zgłoszeniowy prosimy przesać pocztą elektroniczną (zjazd2016@sggw.pl) lub listownie na adres:
- Zakład Badań Konsumpcji, WNoŻCziK, SGGW
ul. Nowoursynowska 159 C, 02-777 Warszawa

Informacje i kontakt

- **e-mail**: zjazd2016@sggw.pl;
- **dodatkowe informacje**: <http://zjazd2016.sggw.pl>
- **tel.**: (22) 59 37 132, (22) 59 37 146