



DANE

ŹRÓDŁA I POCHODZENIE  
A WIEDZA

KONFERENCJA

26 maja 2017

PIĄTEK

## PROGRAM

- 08:15 - 09:00 ● REJESTRACJA UCZESTNIKÓW
- 09:00 - 09:15 ● POWITANIE UCZESTNIKÓW I OTWARCIE WARSZTATÓW (Aula CliZT - sala 120)
- 09:15 - 09:45 ● SESJA INAUGURUJĄCA (Aula CliZT - sala 120)  
Referat zaproszony - „Praktyki raportowania informacji metodologicznych w polskich czasopismach naukowych dotyczących marketingu, konsumpcji i zachowań konsumentów - próba oceny”  
*Dr hab. prof. nadzw. Radosław Mącik*  
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
- 09:45 - 10:00 ● PRZERWA KAWOWA
- 10:00 - 11:30 ● SESJA PLENARNA (Aula CliZT - sala 120)  
Prowadzący: *Prof. dr hab. Adam Sagan*
- Nowa klasyfikacja skal pomiarowych w badaniach marketingowych**  
*Prof. dr hab. Stanisław Kaczmarczyk*  
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy
- Podejście scenariuszowe w badaniach marketingowych - zastosowanie i ograniczenia**  
*Dr Marcin Lipowski, Dr Ilona Bondos*  
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
- Synergia ilościowych i jakościowych badań marketingowych - CAPI i dzienniczek obserwacji**  
*Dr Ilona Bondos, Dr Marcin Lipowski, Dr hab. prof. nadzw. UMCS Zbigniew Pastuszak*  
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
- Tworzenie wiedzy marketingowej o konsumencie w kontekście rozwoju narzędzi internetowych**  
*Prof. zw. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska, Dr hab. Magdalena Sobocińska*  
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
- 11:30 - 11:45 ● PRZERWA KAWOWA
- 11:45 - 12:15 ● OTWARTA SESJA PLAKATOWA (Aula CliZT - sala 120)



12:15 – 13:45

**SESJA PANELOWA 1.1. (Aula CliZT – sala 120)**

Prowadząca: *Prof. zw. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska*

**Pomiar i analiza wartości personalnych a wiedza o konsumencie – podejście triangulacyjne**

*Dr hab. inż. prof. UEK Jadwiga Stobiecka*  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**Wykorzystanie metody obserwacji w badaniu zachowań klienta w miejscu sprzedaży**

*Dr Kamila Szymańska*  
Uniwersytet Łódzki

**Ocena zgodności danych w systemie statystyki publicznej – na wybranych przykładach**

*Mgr Jerzy Karolewski* - Urząd Statystyczny we Wrocławiu  
*Dr hab. Jolanta Perek-Białas* - Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

**Ocena wpływu tematyki badania oraz organizacji procesu badawczego na poziom wskaźnika braku odpowiedzi – porównanie podejść analitycznych**

*Prof. dr hab. Małgorzata Rószkiewicz*  
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

12:15 – 13:45

**SESJA PANELOWA 1.2. (sala 302)**

Prowadzący: *Prof. dr hab. Józef Dziechciarz*

**Modele strukturalne MASEM w badaniach marketingowych**

*Prof. dr hab. Adam Sagan*  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**Wpływ zmiennych socjo-demograficznych na poziomy relacji w modelowaniu ścieżkowym**

*Dr inż. Łukasz Skowron*  
Politechnika Lubelska

**Zastosowanie sztucznych sieci neuronowych w modelowaniu procesów powstawania satysfakcji klienta**

*Dr inż. Marcin Gąsior*  
Politechnika Lubelska

**Zastosowanie analizy koszykowej w wybranych badaniach statystyki publicznej**

*Dr Marcin Szymkowiak* - Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu/Urząd Statystyczny w Poznaniu  
*Dr Tomasz Klimanek, Mgr Tomasz Józefowski* - Urząd Statystyczny w Poznaniu

13:45 – 14:15

**LUNCH (hol przy Auli CliZT)**

14:15 – 15:45

**SESJA PANELOWA 2.1. (Aula CliZT – sala 120)**

Prowadzący: *Prof. dr hab. inż. Stanisław Skowron*

**Neurobadania skuteczności reklamy. Przykłady zastosowań**

*Dr hab. Beata Tarczydło*  
Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie

**Zaufanie w sieciach B&R uczelni wyższych. Perspektywa neuromarketingu**

*Mgr inż. Katarzyna Róża Baran, Dr hab. inż. Marek Jakubowski, prof. PL*  
Politechnika Lubelska

**Badanie percepcji zjawiska planowego postarzenia produktów**

*Dr inż. Adam Rys*  
Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie

**Wpływ świadomości ceny na spostrzeganie produktu. Badania eksperymentalne na rynku czerwonego wina**

*Dr inż. Monika Sak-Skowron, Monika Persona*  
Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie



14:15 - 15:45

**SESJA PANELOWA 2.2. (sala 302)**

Prowadząca: *Prof. dr hab. Małgorzata Rószkiewicz*

**Analiza porzuconych koszyków na przykładzie e-sklepu z obuwiem**

*Dr Mariusz Łapczyński*  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**Wykorzystanie danych o cenach w analizach konsumpcji polskich gospodarstw domowych**

*Mgr Ewa Adach-Stankiewicz* - Główny Urząd Statystyczny / Szkoła Główna Handlowa w Warszawie  
*Dr hab. Jolanta Perek-Białas* - Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

**Wykrywanie przepływów o charakterze "safe haven" na rynkach walutowych przy pomocy instrumentarium big data**

*Dr Edward Kozłowski* - Politechnika Lubelska  
*Dr Jacek Bednarz* - Katolicki Uniwersytet Lubelski

**Asymetria rozkładów prawdopodobieństw stóp zwrotu portfela inwestycyjnego oraz jego składników**

*Dr Bartosz Przysucha, Dr Dariusz Majerek*  
Politechnika Lubelska  
*Mikołaj Łabędzki, Alicja Kryszewska*

15:45 - 16:00

**ZAMKNIĘCIE WARSZTATÓW (Aula CliZT - sala 120)**

**WYKAZ PLAKATÓW DO OTWARTEJ SESJI PLAKATOWEJ (Aula CliZT - sala 120)**

**Determinanty wyboru szkoły sztuki walki**

*Dr Mariusz Kubus*  
Politechnika Opolska

**Dobór próby w badaniach B2B na przykładzie branży budowlanej w Polsce**

*Mgr Agnieszka Kurzemska*  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**Efektywność inbound marketingu - wybrane problemy pomiarowe**

*Dr inż. Joanna Wyrwisz*  
Politechnika Lubelska

**Innowacje produktowe w przedsiębiorstwach produkcji wyrobów czekoladowych**

*Mgr Roksana Włodarczyk*  
Politechnika Częstochowska

**Metodologiczne problemy badań marketingowych nad konsumentami niepełnosprawnymi**

*Dr Magdalena Maciaszczyk*  
Politechnika Lubelska

**Metodologiczne aspekty uczenia się z różnorodności w organizacji**

*Dr hab. Barbara Mazur, prof. PL*  
Politechnika Lubelska

**Projekt ogólnopolskiego badania rynkowego dotyczącego wdrożenia koncepcji CRM w małych i średnich przedsiębiorstwach**

*Dr inż. Agnieszka Bojanowska*  
Politechnika Lubelska

**Rodzaje big data a ich wykorzystywanie w dashboardach marketingowych**

*Dr Grażyna Golik-Górecka* - Uniwersytet Łódzki  
*Piotr Komorowski* - VELG Sp. z o. o.



# XXI Warsztaty Metodologiczne im. Profesora Stefana Mynarskiego

## Spółeczności wirtualne a decyzje zakupowe klientów usług medycznych

*Dr inż. Marta Cholewa-Wiktor*  
Politechnika Lubelska

## Sferyczny model zintegrowanej komunikacji marketingowej

*Dr inż. Barbara Szymoniuk*  
Politechnika Lubelska

## Trendy wspierające innowacyjne modele biznesu - zbieranie i porządkowanie bibliografii

*Mgr Piotr Janulek*  
Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej

## Wybrane metody modelowania liczby ludności świata

*Dr Agnieszka Surowiec*  
*Prof. dr hab. Witold Rzymowski*  
Politechnika Lubelska

**PATRONAT  
HONOROWY**



PREZYDENT MIASTA LUBLIN  
KRZYSZTOF ŻUK



LUBLIN 2017  
700 LAT  
MIASTA

STATISTICA®  
**StatSoft®Polska**



**Organizator:** Katedra Marketingu  
Wydział Zarządzania Politechniki Lubelskiej

**Miejsce:** Centrum Innowacji  
i Zaawansowanych Technologii  
ul. Nadbystrzycka 36C