
Noty o autorach

Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych nr 1(2), 396-400

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

NOTY O AUTORACH

Piotr Danielewicz – psycholog, koordynator projektów realizowanych przez Urząd Miasta Poznania, realizuje projekty w ramach miejskiego Programu Wspierania Projektów Innowacyjnych, koordynator projektu unijnego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki „Naukowiec w biznesie – staże pracowników naukowych w przedsiębiorstwach”. Zajmuje się przygotowaniem i realizacją projektów w obszarze transferu wiedzy z ośrodków naukowych do gospodarki oraz promocji innowacji.

Damian Dec - członek zarządu firmy PB Online Sp. z o.o. - operatora internetowej platformy do badań marketingowych i społecznych. Zajmuje się doradztwem w zakresie komercjalizacji wiedzy i transferu technologii z nauki do biznesu. Interesuje się ekonomią, ze szczególnym uwzględnieniem skuteczności i efektywności instrumentów polityki regionalnej. Współautor wielu badań ewaluacyjnych programów publicznych w zakresie innowacji, przedsiębiorczości i kapitału ludzkiego. Lubi dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem prowadząc szkolenia w zakresie biznesplanu, strategii marketingowej, tworzenia spółek spin-off i badań marketingowych w internecie.

Marcin Gębarowski – adiunkt w Katedrze Marketingu na Wydziale Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej. Od wielu lat zajmuje się problematyką targów i wystaw gospodarczych. Obronił pracę doktorską poświęconą marketingowemu znaczeniu targów. Na łamach czasopism i wydawnictw akademickich opublikował ponad 70 artykułów poświęconych szczegółowym aspektom organizacji wystąpień targowych. Jest autorem książki pt. „Współczesne targi. Skuteczne narzędzie komunikacji marketingowej”. Oprócz targów, jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół marketingu terytorialnego, merchandisingu, reklamy oraz niestandardowych form promocji.

Michał Grech - kulturoznawca i językoznawca, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego, redaktor „Communication Design Magazine”. Specjalizuje się w badaniu i projektowaniu komunikacji oraz wizerunku firm i instytucji, szczególnie uczelni i instytucji publicznych.

Håkan Håkansson - profesor na Wydziale Zarządzania Międzynarodowego w Norwegian Business School w Oslo. Jest jednym z członków założycieli IMP Group. Od 1970 roku bada rynki międzynarodowe. Jest autorem niezliczonych książek i artykułów w czołowych czasopismach amerykańskich i europejskich.

Kamila Kaczyńska – bibliotekarz, absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego - kierunek Fizyka oraz Wyższej Szkoły Zarządzania i Prawa im. Heleny Chodkowskiej w Warszawie - kierunek Zarządzanie i Marketing. Ukończyła Podyplomowe Studia Bibliotekoznawstwa na Uniwersytecie Warszawskim. Doświadczenie zawodowe zdobyła w Bibliotece Narodowej. Obecnie jako Kierownik Biblioteki Naukowo-Technicznej

Institutu Lotnictwa zajmuje się modernizacją i komputeryzacją prac oraz zbiorów bibliotecznych.

Iris Kaiser - absolwentka wydziału projektowania graficznego w Fachhochschule w Düsseldorfie. Pracowała jak layouter, projektant graficzny, dyrektor artystyczny i kierownik studia w wielu agencjach reklamowych na terenie Nadrenii Północnej Westfalii. W 1994 roku założyła swoją pierwszą agencję reklamową. W roku 2001 odłączyła się od dotychczasowego partnera biznesowego i założyła agencję „Alfagras”, specjalizującą się w marketingu internetowym. W roku 2010 zakończyła kolejne studia uzyskując tytuł online-marketing-manager. Dziś pracuje jako trener w European Media and Business-Academy w Düsseldorfie oraz jako niezależny specjalista w zakresie marketingu internetowego i mediów społecznościowych.

Anita Kijanka - ukończyła studia magisterskie na kierunku politologia oraz licencjackie na kierunku filologia, specjalizacja filologia angielska. Doktorantka Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, obecnie pracuje jako Koordynator Biura Promocji i Informacji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach. Dwukrotna uczestniczka konkursu Primus Inter Pares. Interesuje się marketingiem terytorialnym, public relations oraz psychologią społeczną. W wolnych chwilach prowadzi szkolenia z umiejętności miękkich i organizuje wydarzenia m.in. dla branży IT pod tytułem KielceCom.

Jacek Kosiec - fizyk cząstek elementarnych, przedsiębiorca, jeden z założycieli w 1987 roku i długoletni prezes zarządu GEVA Sp. z o.o. Uczestniczył zarówno w projektach naukowych prowadzonych w Europejskim Laboratorium Cząstek Elementarnych CERN w Genewie, jak też w komercjalizacji osiągnięć naukowych, m.in. z prof. G. Charpakiem (beta-imager do radiografii), prof. M. Lee (procesor równoległy ASP). Inicjator Uniwersyteckiego Ośrodka Transferu Technologii UW w Warszawie oraz parku technologicznego Technopolis Warszawa. Obecnie zajmuje się zarówno teorią, jak i praktyką komercjalizacji wiedzy i transferu technologii.

Jaromir Matulewicz – od prawie 20 lat zajmuje się marketingiem i zarządzaniem relacjami z klientami, kierownik Działu Zarządzania, Marketingu i Współpracy z Zagranicą w Instytucie Rozwoju Miast w Krakowie. Doświadczenie zdobywał m.in. w firmach teleinformatycznych, poligraficznych i jednostkach naukowych. Kierował organizacją wielu krajowych i międzynarodowych konferencji, seminariów i kongresów o charakterze zarówno komercyjnym, jak i naukowo-badawczym.

Aneta Olejniczak – magister ekonomii, specjalista w zakresie marketingu, logistyki i bankowości. Jest szefem największego w Europie ogólnopolskiego projektu „Era Inżyniera”, który ma na celu popularyzację zawodu inżyniera i nauk ścisłych wśród uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Kieruje działaniami public relations oraz marketingu wewnątrzorganizacyjnego. Jej zainteresowania dotyczą zarówno tematyki marketingu, jak i psychologii.

Adriana Paliwoda-Matiolańska - ekonomista, specjalista ds. zarządzania, adiunkt w Katedrze Handlu i Instytucji Rynkowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, autorka wielu publikacji naukowych poświęconych społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, w tym książki „Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem”, współpracownik wielu instytucji i organizacji w zakresie realizacji programów i seminariów poświęconych społecznej odpowiedzialności biznesu. Zajmuje się społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw, konsumeryzmem świadomym społecznie oraz wzorcami zrównoważonej produkcji i konsumpcji.

Mirosława Pluta-Olearnik - ekonomista, nauczyciel akademicki, doktor habilitowany nauk ekonomicznych, specjalista w zakresie zarządzania i marketingu usług, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego i Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu, autorka ok. 100 publikacji naukowych. Od wielu lat specjalizuje się w problematyce funkcjonowania i rozwoju usług w takich obszarach, jak: usługi bankowe, turystyczne, edukacyjne, naukowo-badawcze, biznesowe. Ponadto prowadzi badania nad internacjonalizacją sektora usług. Autorka wielu książek, m.in.: „Marketing usług”, „Marketing usług bankowych”, „Rozwój usług edukacyjnych w erze społeczeństwa informacyjnego”, „Przedsiębiorcza uczelnia i jej relacje z otoczeniem”.

Joanna Pruchnicka – politolog, absolwentka Studium Dyplomacji Collegium Civitas w Warszawie, starszy wykładowca w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Małopolskiej Wyższej Szkoły im. J. Dietla w Krakowie. Pełni funkcję specjalisty ds. komunikacji społecznej w jednym ze śląskich przedsiębiorstw. Obszary zainteresowań zawodowych obejmują public relations, kreowanie wizerunku, protokół dyplomatyczny, komunikację marketingową.

Bogdan Sojkin – profesor nauk ekonomicznych, profesor zwyczajny Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, kierownik Katedry Marketingu Produktu na Wydziale Towaroznawstwa, wiceprezes Związku Piłki Ręcznej w Polsce. Autor wielu publikacji z zakresu zarządzania produktem, informacyjnych podstaw decyzji rynkowych i marketingu w sporcie. Zajmuje się procesami komercjalizacji produktu, badaniami zachowań uczestników rynku oraz praktyką marketingu sportowego.

Witold Świeczak – magister inżynier, absolwent Wydziału Inżynierii Środowiska i Energetyki na Politechnice Śląskiej, kierunek Ochrona Środowiska. Obecnie pracuje w Instytucie Lotnictwa, w pionie marketingu na stanowisku kierownika projektu. Zajmuje się analizą rynku badawczego i sektora lotniczego. Specjalizuje się w inbound marketingu. Ponadto kieruje działaniami guerilla i ambient marketingu oraz działalnością charytatywną Instytutu Lotnictwa.

Dariusz Trzmielak - dyrektor Centrum Transferu Technologii Uniwersytetu Łódzkiego, członek Rady Fundacji Centrum Innowacji - Akceleratora Technologii Fundacji Uniwersytetu Łódzkiego, członek zarządu i skarbnik Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce,

członek Komitetu Monitorującego Regionalny Program Operacyjny woj. łódzkiego 2007-2013. Autor i współautor książek z dziedziny komercjalizacji, transferu technologii i zarządzania własnością intelektualną, m.in.: „Metodologia doradztwa w zakresie komercjalizacji i transferu technologii” (Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Łódź-Austin, 2011), „Zarządzanie własnością intelektualną w przedsiębiorstwie i na uczelni” (Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Urząd Marszałkowski woj. pomorskiego, Gdańsk 2010). Redaktor i współredaktor naukowy monografii polskich i amerykańskich. Ekspert w projektach Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i Narodowego Centrum Badań i Rozwoju z zakresu nowych technologii. Autor specjalizuje się w ocenie potencjału rynkowego dla nowych technologii i innowacyjnych rozwiązań.

Dariusz Tworzydło - ekspert z zakresu ekonomii, badań społecznych i public relations. Pracownik naukowo-dydaktyczny Uniwersytetu Wrocławskiego. Współpracownik Uniwersytetu Warszawskiego. Prezes zarządu Exacto Sp. z o.o. oraz Instytutu Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego. Jest autorem blisko 200 artykułów naukowych i publicystycznych, skryptów, prac badawczych oraz książek. Od roku 2004 członek jury Ogólnopolskiego Konkursu „Złote Spinacze” na najlepszą kampanię public relations organizowanego przez Związek Firm Public Relations. Pomysłodawca oraz organizator Kongresu Public Relations, który na podbudowie konferencji PR realizowany jest od roku 2001.

Grzegorz Urbanek - pracuje na stanowisku profesora w Zakładzie Wyceny i Zarządzania Wartością Przedsiębiorstwa na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Specjalizuje się w zagadnieniach związanych z wyceną aktywów przedsiębiorstwa, w tym praw własności intelektualnej. Jest autorem około 80 publikacji naukowych - m.in.: „Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa”, „Kompetencje a wartość przedsiębiorstwa”. W swojej karierze zawodowej łączy zainteresowania naukowe z praktyką biznesową. Pracował w funduszach inwestycyjnych a także pełnił funkcje w organach nadzoru i zarządach spółek kapitałowych.

Karol Wolski - psycholog, badacz internetu, przedsiębiorca oraz projektant użyteczności stron www. Od kilku lat związany z obszarem praktycznego zastosowania naukowej wiedzy z zakresu psychologii internetu. Specjalizuje się w projektowaniu użytecznych serwisów internetowych oraz e-marketingu. Doktorant w Instytucie Psychologii Uniwersytetu Jagiellońskiego. Na co dzień związany również z Krakowską Akademią im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. W swojej pracy łączy wiedzę naukową z jej praktycznym zastosowaniem w biznesie i edukacji. Prowadzi własną firmę badawczo-doradczą, zajmującą się nowymi mediami.

Katarzyna Wrona – magister inżynier, absolwentka SGGW w Warszawie. Od 2001 roku pracuje w zespole kreatywnym pionu marketingu Instytutu Lotnictwa. Zajmuje się projektowaniem graficznym oraz tworzeniem serwisów internetowych. Odpowiada także za multimedialne opracowania prezentacyjne, informacyj-

ne i promocyjne Instytutu Lotnictwa. Ma na swoim koncie opracowanie i montaż filmów dokumentalnych z historii lotnictwa. Ukończyła studium „Techniki multimedialne i grafika komputerowa” w Wyższej Szkole Biznesu i Administracji w Warszawie.

Mateusz Wróblewski - adiunkt w Katedrze Mebla na Wydziale Architektury i Wzornictwa Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu. Po ukończeniu tej uczelni odbył staż w One Off Studio Rona Arada w Londynie. Od 2001 roku prowadzi studio specjalizujące się w kompleksowej obsłudze projektowej marek retailowych, projektowaniu mebli oraz aranżacji wnętrz biurowych i hotelowych, a także grafice użytkowej. Od 2008 roku aktywnie działa na rzecz promocji młodego designu z Wielkopolski. W latach 2009-2010 był promotorem przedsiębiorczości akademickiej w ramach ASP w Poznaniu.