

**Dr Piotr Hadrian**

Katedra Marketingu

Instytut Zarządzania

Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**Wykaz osiągnięć naukowych,  
stanowiących znaczny wkład w rozwój dyscypliny**

*Hadrian*

## Spis treści autoreferatu

I.	Informacja o osiągnięciach naukowych albo artystycznych, o których mowa w art. 219 ust. 1. pkt 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce .....	3
II.	Informacja o aktywności naukowej	
1.	Wykaz opublikowanych monografii naukowych .....	3
2.	Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach naukowych .....	3
3.	Informacja o członkostwie w redakcjach naukowych monografii .....	10
4.	Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych .....	10
5.	Informacja o wystąpieniach na krajowych lub międzynarodowych konferencjach naukowych .....	16
6.	Informacja o udziale w komitetach organizacyjnych i naukowych konferencji krajowych lub międzynarodowych .....	32
7.	Informacja o uczestnictwie w pracach zespołów badawczych realizujących projekty finansowane w drodze konkursów krajowych .....	33
8.	Członkostwo w międzynarodowych lub krajowych organizacjach i towarzystwach naukowych .....	34
9.	Informacja o odbytych stażach w instytucjach naukowych .....	34
10.	Informacja o recenzowanych pracach naukowych .....	35
III.	Informacja o współpracy z otoczeniem społecznym i gospodarczym (Informacja o udziale w zespołach eksperckich lub konkursowych) .....	36
IV.	Informacje naukometryczne .....	36
V.	Dokumenty potwierdzające i uwiarygodniające informacje zawarte w Autoreferacie na temat dorobku i osiągnięć w pracy naukowo-badawczej.....	38

## I. Informacja o osiągnięciach naukowych albo artystycznych, o których mowa w art. 219 ust. 1. pkt 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce

Hadrian Piotr, *Audyty marketingu - strategiczne narzędzie kontroli marketingu. Studium teoretyczno-metodyczne*, Zeszyty Naukowe, Seria specjalna: Monografie nr 267, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2020, stron 334, ISSN 1899-0428, ISBN 978-83-7252-808-7

## II. Informacja o aktywności naukowej

### 1. Wykaz opublikowanych monografii naukowych

Hadrian Piotr, *Audyty marketingu - strategiczne narzędzie kontroli marketingu. Studium teoretyczno-metodyczne*, Zeszyty Naukowe, Seria specjalna: Monografie nr 267, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2020, stron 334, ISSN 1899-0428, ISBN 978-83-7252-808-7.

### 2. Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach naukowych

#### a. Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach naukowych w języku polskim

1. *Segmentacja rynku produktów zielarskich w Polsce (wyniki badań empirycznych)* (współautorzy: Magdalena Dolhasz, Marek Rawski), [w:] *Marketingowe Zarządzanie Handlem*, (red.) H. Szulce, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1992, s. 98-101.
2. *Analiza portfelowa jako narzędzie kształtowania programu asortymentowego przedsiębiorstwa* (współautor: Marek Rawski), [w:] *Badania marketingowe - teoria i praktyka*, (red.) Z. Kędzior, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1994, s. 55-62.
3. *Zachowania rynkowe firm świadczących usługi tłumaczeń*, (współautor: Marek Rawski), [w:] *Marketing w usługach*, (red.) J. Garczarczyk, K. Rogoziński, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1994, s. 162-166.

4. *Czynniki oceny atrakcyjności działalności gospodarczej oraz atutów konkurencyjnych firmy (na podstawie badań empirycznych)*, [w:] *Metody badań marketingowych*, (red.) J. Szumilak, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1996, s. 456-464.
5. *Metody i techniki analizy strategicznej*, [w:] *Wybrane zagadnienia marketingu*, (red.) B. Cichoń, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1997, s. 23-38, ISBN 83-87239-34-8.
6. *Wykorzystanie metody portfelowej do projektowania strategii działania na rynku globalnym*, [w:] *Współczesne problemy Marketingu Międzynarodowego, Materiały I Sympozjum Marketingu Międzynarodowego*, (red.) J.W. Wiktor, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1998, s. 76-84, ISBN 83-910502-9-7.
7. *Wykorzystanie polityki cenowej jako instrumentu działań rynkowych*, [w:] *Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce, Materiały Międzynarodowej Konferencji zorganizowanej przez Katedrę Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 13-15 grudnia 1999 r.*, (red.) J. Altkorn, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999, s. 83-92, ISBN 83-911355-7-8.
8. *Kluczowe czynniki sukcesu a orientacja firmy* (współautorzy: Magdalena Dołhasz, Roman Niestrój), [w:] *Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce (Grant KBN nr 1038/HO2/97/12) Raport z badań*, praca zbiorowa pod kierownictwem J. Altkorna, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999, s.11-20, ISBN 83-911355-8-6.
9. *Polityka cen*, [w:] *Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce (Grant KBN nr 1038/HO2/97/12) Raport z badań*, praca zbiorowa pod kierownictwem J. Altkorna, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999, s. 111-122, ISBN 83-911355-8-6.
10. *Znaczenie przepływów gotówkowych w interpretacji wyników metody portfelowej*, [w:] *Marketing u progu XXI wieku, Księga jubileuszowa uczczenia 70. Urodzin Profesora Jerzego Altkorna*, (red.) A. Czubala, J.W. Wiktor, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2001, s. 241-250, ISBN 83-7252-074-7.
11. *Zmodyfikowana koncepcja portfelowa BCG*, [w:] *Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu*, (red.) M. Skurczyński, Instytut Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2001, s. 138-144, ISBN 83-88829-32-7.

12. *Dylematy aplikacyjnych modyfikacji metody refleksji strategicznej* (współautor: Marek Rawski), [w:] *Zarządzanie przedsiębiorstwem XXI wieku, Materiały konferencji naukowej zorganizowanej z okazji jubileuszu 10-lecia Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, (red.) R. Niestrój, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2002, s. 211-218, ISBN 83-7252-132-8.
13. *Zachowania rynkowe małopolskich firm rzemieślniczych*, [w:] *Konsumpcja i rynek w warunkach zmian systemowych*, (red.) Z. Kędzior, E. Kieźel, PWE, Warszawa 2002, s. 222-226, ISBN 83-208-1418-9; 83-208-1419-7.
14. *Założenia sposobu działań analitycznych metody portfelowej jako determinant wiedzy*, [w:] *Przedsiębiorstwa jako świątynie wiedzy*, (red.) W. Cieśliński, Prace naukowe nr 14, Seria: Zarządzanie i marketing, tom II, Wydawnictwo Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2002, s. 18-24, ISBN 83-915717-2-6.
15. *Wykorzystanie instrumentów marketingowych przez małopolskie firmy rzemieślnicze*, [w:] *Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu II*, (red.) M. Skurczyński, Instytut Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2003, s. 243-248, ISBN 83-88829-80-7.
16. *Finansowe podstawy zarządzania w metodzie portfelowej*, [w:] *Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów, Materiały II seminarium naukowego młodych pracowników nauki i doktorantów*, (red.) A. Nalepka, Wyższa Szkoła Biznesu w Tarnowie, Tarnów 2003, s. 41-54, ISBN 83-87903-19-1.
17. *Porównanie możliwości analitycznych różnych technik metody refleksji strategicznej* (współautor: Marek Rawski), [w:] *Zarządzanie wiedzą i informacją w przedsiębiorstwie i jednostce samorządu terytorialnego*, Prace naukowe, Seria: Zarządzanie i marketing, (red.) P. Laskowski, M. Morawski, Wydawnictwo Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2004, s. 28-37, ISBN 83-920319-6-2.
18. *Uniwersalizm koncepcji zarządzania portfelem*, [w:] *Management Forum 2020. W kierunku uniwersalnego modelu zarządzania*, (red.) J. Engelhardt, M. Trojak-Trzaskowska, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin – Międzyzdroje 2004, s. 28-34, ISBN 83-89142-27-9.
19. *Związek metody portfelowej z rachunkiem przepływów gotówkowych*, [w:] *Finansowe przesłanki decyzji marketingowych*, praca zbiorowa pod kierunkiem A. Czubały

- i R. Niestroja, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 58-78, ISBN 83-911355-2-7.
20. *Cykl życia produktu i rynku jako zmienne kształtujące portfel produktów w warunkach globalizacji gospodarki*, [w:] *Zarządzanie produktem w warunkach globalizacji gospodarki*, (red.) J. Kall i B. Sojkin, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2004, s. 63-73, ISBN 83-7417-048-4.
21. *Wpływ zrzeszeń podmiotów gospodarczych na kształtowanie lokalnych układów partnerskich małopolskich firm rzemieślniczych*, [w:] *Lokalne układy partnerskie*, (red.) J. Karwowski, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Szczecin 2004, s. 223-229, ISBN 83-87-249-93-9.
22. *Planowanie i kontrola działań marketingowych*, [w:] *Finansowe przesłanki decyzji marketingowych*, praca zbiorowa pod kierunkiem A. Czubala i R. Niestroja, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 137-154, ISBN 83-911355-2-7.
23. *Stopień dywersyfikacji jako wyznacznik decyzji rozwojowych firm*, [w:] *Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów*, (red.) A. Nalepka, Wyższa Szkoła Biznesu w Tarnowie, Tarnów 2004, s. 55-69, ISBN 83-86744-90-1.
24. *Zmiany zakresu znaczeniowego pojęcia „audyt marketingowy”*, [w:] *Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu III*, (red.) M. Skurczyński, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2005, s. 205-219, ISBN 83-89786-46-X.
25. *Audyt marketingowy – problemy interpretacyjne*, [w:] *Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów*, (red.) A. Nalepka, Wyższa Szkoła Biznesu - National-Louis University w Nowym Sączu, Wyższa Szkoła Biznesu w Tarnowie, Nowy Sącz 2005, s. 65-76, ISBN 83-88421-46-8.
- 
26. *Wpływ decyzji cenowych na kreowanie wartości przedsiębiorstwa*, [w:] *Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa. Międzynarodowa Konferencja Naukowa*, (red.) A. Czubala, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006, s. 41-52, ISBN 83-911355-0-0.

27. *Cel i metoda badań* (współautor: Marek Rawski), [w:] *Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa, Międzynarodowa Konferencja Naukowa*, (red.) A. Czubała, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006, s. 95-116, ISBN 83-911355-0-0.
28. *Polityka cenowa a wartość rynkowa firmy*, [w:] *Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa, Międzynarodowa Konferencja Naukowa*, (red.) A. Czubała, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006, s. 139-155, ISBN 83-911355-0-0.
29. *Wykorzystanie działań marketingowych przedsiębiorstw usługowych w budowaniu ich wartości (wyniki badań empirycznych)*, [w:] *Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmoczonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów*, (red.) A. Nalepka, Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu, Nowy Sącz 2007, s. 250-263, ISBN 83-88421-54-9.
30. *Działania marketingowe przedsiębiorstw handlowych w budowaniu wartości dla klienta (wyniki badań empirycznych)*, [w:] *Rola handlu w kształtowaniu wartości dla nabywcy*, (red.) J. Szumilak, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2007, s. 91-106, ISBN 978-83-924656-5-2.
31. *Wykorzystanie metody refleksji strategicznej do diagnozy stanu relacji na rynku B2B* (współautor Marek Rawski), [w:] *Wyzwania dla marketingu i sprzedaży na rynku B2B*, (red.) P. Kwiatek, G. Leszczyński, M. Zieliński, Wydawnictwo Advertiva, Poznań 2009, s. 106-116, ISBN 978-83-926900-1-6.
32. *Audyt marketingowy przedsiębiorstwa działającego w międzynarodowym środowisku marketingowym*, [w:] *Strategie marketingowe eksporterów*, (red.) A. Czubała, J.W. Wiktor, R. Niestrój, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2010, s. 271-291, ISBN 978-83-929699-3-8; 978-83-927790-7-0.
33. *Ograniczenia koncepcji standaryzacji działań przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym*, [w:] *Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju*, (red.) J. W. Wiktor, A. Żbikowska, PWE, Warszawa 2010, s. 154-159, ISBN 978-83-208-1888-8.
34. *Audyt marketingowy w przedsiębiorstwie XXI wieku - wybrane kierunki rozwoju*, [w:] *Kierunki rozwoju współczesnego marketingu*, (red.) A. Czubała, R. Niestrój,

- J.W. Wiktor, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012, s. 69-93, ISBN 978-83-62511-22-8.
35. *Wykorzystanie audytu marketingowego do kontroli społecznej odpowiedzialności marketingowo zorientowanego przedsiębiorstwa*, [w:] *Społeczne wymiary marketingu*, (red.) R. Niestrój, J.W. Wiktor, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2013, s. 84-98, ISBN 978-83-7252-640-3.
36. *Audyt organizacji marketingu w przedsiębiorstwie*, [w:] *Zarządzanie marketingiem. Trendy, strategie, instrumenty*, (red.) A. Czubała, J.W. Wiktor, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2014, s. 95-109, ISBN 978-83-7252-662-5.
37. *Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie*, [w:] *Marketing polskich przedsiębiorstw w 25-leciu gospodarki rynkowej*, (red.) R. Niestrój, P. Hadrian, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2014, s. 85-97, ISBN 978-83-62511-74-7.
38. *Polityka cen*, [w:] *Marketing polskich przedsiębiorstw w 25-leciu gospodarki rynkowej*, (red.) R. Niestrój, P. Hadrian, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2014, s. 139-159, ISBN 978-83-62511-74-7.
39. *Planowanie w małych przedsiębiorstwach*, [w:] *Marketing małych polskich przedsiębiorstw po 25 latach gospodarki rynkowej*, (red.) R. Niestrój, M. Kuziak, K. Kapera, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2015, s. 57-73, ISBN 978-83-62511-94-5; 978-83-62511-99-0.
40. *Polityka cen małych przedsiębiorstw*, [w:] *Marketing małych polskich przedsiębiorstw po 25 latach gospodarki rynkowej*, (red.) R. Niestrój, M. Kuziak, K. Kapera, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2015, s. 105-133, ISBN 978-83-62511-94-5; 978-83-62511-99-0.
41. *Planowanie marketingowe w polskich przedsiębiorstwach. Analiza porównawcza wyników badań małych i dużych przedsiębiorstw*, [w:] *Zarządzanie marketingowe współczesnymi organizacjami – determinanty, funkcje i strategie*, (red.) O. Gunin, H. Hall, L. Witek, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2015, s. 65-74, ISBN 978-83-7199-994-1.



**b. Wykaz opublikowanych rozdziałów w monografiach naukowych w językach obcych**

1. *Degree of diversification as the determinant of the balance of business portfolio of a corporation*, [w:] *Business and economic development in Central and Eastern Europe, Implications for economic integration into Wider Europe, Proceedings of the International Conference*, (red.) W. Karaszewski, J.W. Wiśniewski, M. Zarębski, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Toruń 1999, s. 227-236, ISBN 83-231-1107-3.
2. *Methodical and interpretative problems involved in the strategic reflection method* (współautor: Marek Rawski), [w:] *Opportunities of change, 3<sup>rd</sup> International Economic Congress, Conference Proceedings*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003, 115-120, ISBN 83-7326-160-5.
3. *Significance of the marketing audit in the marketing management of globally operating companies*, [w:] *Globalisation influences on local markets, Papers of the 5<sup>th</sup> International Scientific Symposium*, (red.) J. Ďado, H. Čierna, E. Poliačiková, Matej Bel University, Faculty of Economics, Banská Bystrica 2006, s. 82-89, ISBN 80-8083-262-5.
4. *Impact of price decisions on creating corporate value (results of research on the Polish market)*, [w:] *Obchodne podnikanie v podmienkach teorie a praxe znalostnej ekonomiky, zbornik z medzinarodnej vedeckej konferencie Obchodnej fakulty Ekonomickej university v Bratislave, 5-6.10.2006 Mojmirovce*, Vydavateľstvo EKONOM, Bratislava 2006, s. 112-118, ISBN 80-225-2227-9.
5. *Globalisation of the marketing audit*, [w:] *Problems of marketing management in globalization, Papers of the 6<sup>th</sup> International Scientific Symposium*, (red.) J. Ďado, Matej Bel University, Faculty of Economics, Banská Bystrica 2008, s. 58-62, ISBN 978-80-89382-00-2.
6. *The euroregion as an object of international operations for Polish companies*, [w:] *Regional management: theory, practice and development*, (red.) Š. Hittmár i inni, Faculty of Management Science and Informatics, Institute of Management by University of Zilina, Zilina 2012, s. 66-72, ISBN 978-80-554-0558-2.

7. *Audit of the company's marketing strategy*, [w:] *Marketing trends in theory and practice*, (red.) Š. Hittmár i inni, Faculty of Management Science and Informatics, Institute of Management by University of Zilina, Zilina 2013, s. 26-30, ISBN 978-80-554-0737-1.
8. *Marketing planning in Polish enterprises (results of a survey)*, [w:] *Theory of management 8. The selected problems for the development support of management knowledge base*, (red.) Š. Hittmár, Faculty of Management Science and Informatics, Institute of Management by University of Zilina, Zilina 2015, s. 94-97, ISBN 978-80-554-1127-9.
9. *Marketing planning and strategies in Polish companies* (współautor: Marek Rawski), [w:] *Improving the competitiveness of enterprises and national economies*, (red.) B. Krstić, Faculty of Economics, University of Niš, Niš 2017, s. 195-210, ISBN 978-86-6139-137-8.

### **3. Informacja o członkostwie w redakcjach naukowych monografii**

1. *Marketing w 25-leciu gospodarki rynkowej w Polsce*, (red.) A. Czubała, P. Hadrian, J.W. Wiktor, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2014, stron 722, ISBN 978-83-208-2163-5.
2. *Marketing polskich przedsiębiorstw w 25-leciu gospodarki rynkowej*, praca zbiorowa pod red. R. Niestroja i P. Hadriana, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2014, stron 242, ISBN 978-83-62511-74-7.
3. *Przemówienia inauguracyjne rektorów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie z lat 1925-2009*, (red.) P. Hadrian, R. Niestrój, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2010, stron 248, ISBN 978-83-7252-485-0.

### **4. Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych**

- a. **Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych w języku polskim**
  1. *Baza noclegowa Krakowa i perspektywy jej rozwoju*, Zeszyt Naukowy Nr 350, (red.) C. Bywalec, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1991, s. 59-71, ISSN 0208-7944.

2. *Obraz handlu prywatnego na przykładzie kupców myślenickich* (współautor: Roman Niestrój), Zeszyt Naukowy Nr 372, (red.) J. Szumilak, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1992, s. 27-40, ISSN 0208-7944.
3. *Analiza portfelowa jako metoda wspomagania podejmowania decyzji w zarządzaniu marketingowym*, Zeszyty Naukowe TNOiK, Nr 2, (red.) J. Boszko, Poznań 1995, s. 101-105, ISSN 1233-3239.
4. *Czynniki sukcesu jako wyznaczniki orientacji przedsiębiorstwa* (współautor: Roman Niestrój), „Marketing i Rynek” 1999, nr 8-9, s. 2-9, ISSN 1231-7853.
5. *Założenia i rozwój techniki portfelowej Bostońskiej Grupy Konsultingowej*, Zeszyty Naukowe nr 538, (red.) A. Szromnik, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2000, s. 67-89, ISSN 0208-7944.
6. *Metodologiczne aspekty metody portfelowej*, Zeszyty Naukowe nr 581, (red.) J.W. Wiktor, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2002, s. 55-61, ISSN 0208-7944.
7. *Metoda portfelowa a koncepcja cyklu życia*, Zeszyty Naukowe nr 602, (red.) J.W. Wiktor, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2002, s. 83-93, ISSN 0208-7944.
8. *Możliwości i ograniczenia zastosowania metody portfelowej w zarządzaniu marketingowym*, Zeszyty Naukowe nr 36, *Instrumenty zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie*, (red.) K. Zimniewicz, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2003, s. 107-113, ISSN 1641-2168; ISBN 83-89224-58-5.
9. *Wykorzystanie metody portfelowej w różnych obszarach zarządzania przedsiębiorstwem*, Zeszyty Naukowe nr 663, (red.) C. Bywalec, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2004, s. 41-57, ISSN 0208-7944.
10. *Cele i formy planowania działań marketingowych w polskich przedsiębiorstwach*, Zeszyty Naukowe nr 667, (red.) C. Bywalec, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2005, s. 55-69, ISSN 0208-7944.
11. *Decyzje cenowe a wartość przedsiębiorstwa*, [w:] Marketing, Zeszyt Naukowy Krakowskiej Szkoły Wyższej „Acta Academiae Modrevianae”, (red.) D. Surówka-Marszałek, Krakowska Szkoła Wyższa im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego Kraków 2006, s. 107-125, ISBN 83-89823-87-X ; 978-83-89823-87-8.

12. *Krytyka metodologiczno-metodycznych założeń techniki portfelowej BCG*, Zeszyty Naukowe nr 729, (red.) D. Surówka-Marszałek, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006, s. 99-112, ISSN 0208-7944.
13. *Analiza otoczenia dalszego przedsiębiorstwa*, Zeszyty Naukowe nr 720, (red.) C. Bywalec, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006, s. 7-22, ISSN 0208-7944.
14. *Działania marketingowe przedsiębiorstw handlowych w budowaniu wartości (wyniki badań empirycznych)*, „Handel Wewnętrzny” 2007, nr 3(308), s. 35-45, ISSN 0438-5403.
15. *Własności różnych technik metody refleksji strategicznej – analiza porównawcza* (współautor: Marek Rawski), „Przegląd Organizacji” 2008, nr 2, str. 4-8, ISSN 0137-7221.
16. *Możliwości wykorzystania metody refleksji strategicznej w marketingu relacyjnym* (współautor Marek Rawski), „Marketing i Rynek” 2009, nr 10, s. 2-7, ISSN 1231-7853.
17. *Wykorzystanie metody refleksji strategicznej do oceny związków przedsiębiorstwa z podmiotami otoczenia w kontekście marketingu relacji* (współautor Marek Rawski), [w:] *Instrumenty zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie*, Zeszyty Naukowe nr 129, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2009, s. 228-236, ISSN 1689-7374, ISBN 978-83-7417-445-9.
18. *Wykorzystanie metody refleksji strategicznej w procesie kształtowania relacji pomiędzy interesariuszami przedsiębiorstwa* (współautor Marek Rawski), „Przegląd Organizacji” 2009, nr 12, s. 22-26, ISSN 0137-7221.
19. *Audyty marketingowe w dobie globalizacji*, Zeszyty Naukowe nr 823, (red.) D. Surówka-Marszałek, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2009, s. 51-61, ISSN 1898-6447.
20. *Wykorzystanie działań marketingowych w budowaniu wartości przedsiębiorstw o różnym profilu działalności (wyniki badań empirycznych)*, Zeszyty Naukowe nr 804, (red.) D. Surówka-Marszałek, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2009, s. 107-125, ISSN 1898-6447.
21. *Euroregion jako obiekt działań marketingowych polskich przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe nr 890, (red.) A. Stabryła, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2012, s. 73-88, ISSN 1898-6447

22. *Outsourcing audytu marketingowego*, „Handel Wewnętrzny” 2013 nr 3, s. 121-126, ISSN 0438-5403.
  23. *Audyt marketingowy jako narzędzie weryfikacji strategii marketingowej przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Polityki Europejskiej, Finanse i Marketing” 2013, nr 9, s. 196-207, ISSN 2081-3430.
  24. *Organizacja marketingu jako obszar problemowy audytu*, „Marketing i Rynek” 2014, nr 8, s. 457- 462, ISSN 1231-7853.
  25. *Planowanie działalności marketingowej w polskich przedsiębiorstwach (wyniki badań)*, Zeszyt Naukowy Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska” nr 811, „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2014, s. 389-395, ISSN 0321-0499.
  26. *Uwarunkowania decyzji cenowych przedsiębiorstw działających na polskim rynku*, „Handel Wewnętrzny” 2016, nr 3(362), s. 138-152, ISSN 0438-5403.
  27. *Zakres przestrzenny rynku jako uwarunkowanie decyzji cenowych przedsiębiorstw działających na polskim rynku (wyniki badań)*, „Marketing i Rynek” 2017 nr 9, s. 137-145, ISSN 1231-7853.
  28. *Zasada koordynacji marketing-mix oraz znaczenie narzędzi marketingowych w praktyce: wyniki badania*, „Handel Wewnętrzny” 2018, vol. 64, nr 4 (375), t. 2, s. 150-159, ISSN 0438-5403.
- b. Wykaz opublikowanych artykułów w czasopismach naukowych w języku obcym**
1. *Applying the portfolio method to design an operating strategy in a global market*, [w:] *Маркетинг: теорія і практика*, Wschodnioukraiński Uniwersytet Państwowy, Ługańsk 1998, nr 2, s. 99-106.
  2. *Значення аудиту в маркетинговому управлінні*, Zeszyt Naukowy Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska”, nr 580, „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2007, s. 348-352, ISSN 0321-0499.
  3. *Вплив глобалізації на вигляд маркетингового аудиту*, Zeszyt Naukowy Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska”, nr 633, „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2008, s. 738-744, ISSN 0321-0499.

4. *Ступінь використання маркетингової кооценції підприємствами на польському ринку*, Zeszyt Naukowy Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska” nr 690, Seria: „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2010, s. 483-487, ISSN 0321-0499.
5. *Аудит маркетингового середовища міжнародної компанії*, „Маркетинг в Україні” 2010, nr 4(62), s. 48-50, ISSN 1606-3732.
6. *The significance and diversification of pricing decisions of companies operating on the polish market (results of research)*, Zeszyt Naukowy Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska” nr 848, Seria: „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2016, s. 89-94, ISSN 0321-0499.
7. *Assessment of the co-ordination of marketing tools. Results of research*, Zeszyt Naukowy Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska” nr 892, Seria: „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2018, s. 196-202, ISSN 0321-0499.
8. *The use of audit as a tool for strategic control of marketing activities of Polish enterprises*, „Technology Audit and Production Reserves” 2018, vol. 4, nr 4 (42), s. 4-11, ISSN 2226-3780.
9. *Practical considerations for the implementation of marketing audit as strategic control*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. „Polityki Europejskie, Finanse i Marketing” 2019, nr 22 (71), s. 65-76, ISSN 2081-3430.
10. *The possibilities of using audit as a tool of marketing control: the case of a Polish and Ukrainian company* (współautor: Oksana Stets), „Menedžment ta pidpriëmniçtvo v Ukraïni: etapi stanovlennâ ta problemi rozvitku”, vol. 2, nr 2, Lwów 2020, s. 79-91, ISSN 2707-5710.
11. *The various models of marketing audit*, „Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych” 2020, vol. 37, nr 3, s. 51-72, ISSN 2353-8503.
12. *A process approach to a marketing audit* (współautor: Jaroslav Ďaďo), „Ekonomika a spoločnos” 2020, vol. 21, nr 2, s. 5-19, ISSN 1335-7069.
13. *The possibilities of using audit as a tool of strategic marketing control. The research results*, “Strategies in Accounting and Management” 2021, Volume 2, Issue 3 (online), p.1-4.

14. *The concept of strategic control in marketing management in connection to measuring marketing performance* (współautorzy: František Milichovský, Pavel Mráček), „Sustainability” 2021, vol. 13, nr 7, s. 1-21, ISSN 2071-1050.

c. Wykaz opublikowanych tez w materiałach zagranicznych konferencji naukowych

1. *Rola audytu w zarządzaniu marketingiem*, [w:] *Marketing and logistics in the system of management*, Tezy wystąpień VI Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 9-11.11.2006, Wydawnictwo Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska”, Lwów 2006, s. 53, ISBN 966-553-560-9.
2. *Wpływ globalizacji na kształt audytu marketingowego*, [w:] *Marketing and logistics in the system of management*, Tezy wystąpień VII Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 6-8.11.2008, Wydawnictwo Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska”, Lwów 2008, s. 70-72, ISBN 978-966-553-813-4.
3. *An audit of the international company's marketing environment*, [w:] *Маркетинг в Україні*. Program XI Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji. Zbiór tez, Kijów 21-23.10.2010, (ed.) G. E. Garašuk, Ukraińska Asocjacja Marketingu, Kijów 2010, s. 76-84.
4. *Stopień wykorzystania koncepcji marketingowej przez przedsiębiorców na polskim rynku*, [w:] *Marketing and logistics in the system of management*, Tezy wystąpień VIII Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 4-6.11.2010, Wydawnictwo Narodowego Uniwersytetu „Politechnika Lwowska”, Lwów 2010, s. 71-72, ISBN 978-966-553-990-2.
5. *Planowanie działalności marketingowej w polskich przedsiębiorstwach (wyniki badań)*, [w:] *Marketing and logistics in the system of management. Dedicated to the 170th Anniversary of Lviv Polytechnic and the 70<sup>th</sup> Anniversary of the Department of Marketing and Logistics*. Tezy wystąpień X Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 6-8.11.2014, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2014, s. 388-390, ISBN 978-617-607-663-6.
6. *Differentiation and prerequisites for pricing decisions of companies (on the basis of research on the companies operating on the polish market)*, [w:] *Marketing and logistics in the system of management*, Tezy wystąpień XI Międzynarodowej

- Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 3-5.11.2016, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2016, s. 309-311, ISBN 978-617-607-980-4.
7. *The use of computer science in marketing audit* [w:] *Marketing and digital technologies*, Tezy III Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji “Marketing and Digital Technologies”, Odessa 25-26.05.2018, Odessa 2018, s. 24-25, ISBN 978-617-7337-73-6.
  8. *Assessment of the co-ordination of marketing tools. Results of research* [w:] *Marketing and logistics in the system of management*, Tezy wystąpień XII Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 25-27.10.2018, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2018, s. 250-252, ISBN 978-966-941-235-5.
  9. Brand management control in marketing oriented organizations [w:] *Brand management: Marketing technologies*, Zbiór tez II międzynarodowej Naukowo-praktycznej konferencji, (red.) È.V. Romat, Kijowski Narodowy Uniwersytet Handlu i Ekonomii, Kijó 2020, s. 43-45, ISBN 978-966-629-802-0.
  10. *Marketing operations control - the underrated stage of marketing management*, [w:] *Marketing XXI stulecia – wyzwania*, Materiały Międzynarodowej Naukowo-praktycznej konferencji z okazji 25-lecia powstania Katedry Marketingu i Handlu HDUHT, 8-10.10.2020, (red.) O.Ì. Čerevko, L.M. Ânceva, V.M. Mihajlov, A.L. Fošan, T.V. Androsova, N.L. Savic’ka, V.A. Grosul, M.V. Čorna, T.M. Afonina, A.O. Borisova, O.M. Źdanovič, O.K. Kuhar’onok, Ì.Û. Melušova, N.G. Ušakova, Charkowski Państwowy Uniwersytet Żywności i Handlu, Charków 2020, s. 20-22, ISBN 978-966-405-507-6.

## **5. Informacja o wystąpieniach na krajowych lub międzynarodowych konferencjach naukowych**

### **a. Wykaz udziału w konferencjach krajowych z wygłoszonym referatem**

1. „XIX Międzynarodowa Konferencja Studentów w Dziedzinie Ekonomii”, organizator: Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Praga, 18-22.12.1988, referat samodzielny: *Ekonomiczne znaczenie usług turystycznych – próba empirycznej oceny zjawiska* – wygłoszony, nieopublikowany.



2. XIV Zjazd Katedr Handlu i Marketingu „Marketingowe zarządzanie handlem”, organizator: Katedra Handlu i Marketingu Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań – Kiekrz, 28-30.09.1992, referat we współautorstwie: *Segmentacja rynku produktów zielarskich w Polsce (wyniki badań empirycznych)* (współautorzy: Magdalena Dołhasz, Marek Rawski) – wygłoszony i opublikowany: *Marketingowe Zarządzanie Handlem*, (red.) H. Szulce, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1992, s. 98-101.
3. Ogólnopolskie Seminarium „Badania marketingowe – teoria i praktyka”, organizator: Katedra Badań Rynkowych i Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Ustroń, 1994, referat we współautorstwie: *Analiza portfelowa jako narzędzie kształtowania programu asortymentowego przedsiębiorstwa* (współautor: Marek Rawski) – wygłoszony i opublikowany: *Badania marketingowe – teoria i praktyka*, (red.) Z. Kędzior, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1994, s. 55-62.
4. Konferencja Naukowa „Marketing w usługach”, organizator: Katedra Badań Rynku i Usług Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Błażejewko, 18-19.09.1994, referat we współautorstwie: *Zachowania rynkowe firm świadczących usługi tłumaczeń* (współautor: Marek Rawski) – wygłoszony i opublikowany: *Marketing w usługach*, (red.) J. Garczarczyk, K. Rogoziński, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1994, s. 162-166.
5. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Zarządzanie marketingowe”, organizator: Wielkopolski Oddział TNOiK, Poznań – Kiekrz, 29-30.05.1995, referat samodzielny: *Analiza portfelowa jako metoda wspomagania podejmowania decyzji w zarządzaniu marketingowym* – wygłoszony i opublikowany: *Problematyka zarządzania marketingowego (Materiały z konferencji. Poznań – Kiekrz, 29-30 maja 1995)*, Zeszyty Naukowe TNOiK, Nr 2, Poznań 1995, s. 101-105.
6. Konferencja Naukowa „Współczesne tendencje rozwojowe marketingu i ich wpływ na procesy nauczania”, organizator: Katedra Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 23-24.09.1997, dwa referaty we współautorstwie: *Test dydaktyczny jako metoda egzaminacyjna* (współautor: Marek Rawski) oraz *Koncepcje programu i formy ćwiczeń w świetle potrzeb zarządzania marketingiem*, (współautor: Marek Rawski) – wygłoszone i opublikowane: *Współczesne tendencje w marketingu i ich konsekwencje dla dydaktyki*, (red.) J. Altkorn, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1997, s. 117-128, 129-138; członek komitetu organizacyjnego.

7. I Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Współczesne problemy marketingu międzynarodowego”, organizator: Zakład Marketingu Międzynarodowego Katedry Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 10-11.12.1998, referat samodzielny: *Wykorzystanie metody portfelowej do projektowania strategii działania na rynku globalnym* – wygłoszony i opublikowany: *Współczesne problemy Marketingu Międzynarodowego, Materiały I Sympozjum Marketingu Międzynarodowego*, (red.) J.W. Wiktor, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1998, s. 76-84; członek komitetu organizacyjnego.
8. Business and Economic Development in Central and Eastern Europe Conference. “Implications for economic integration into Wider Europe”, organizator: Wydział Ekonomii i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń, 1999, referat samodzielny: *Degree of diversification as the determinant of the balance of business portfolio of a corporation* – wygłoszony i opublikowany: *Business and Economic Development in Central and Eastern Europe, Implications for Economic Integration into Wider Europe, proceedings of the international conference*, (red.) W. Karaszewski, J.W. Wiśniewski, M. Zarębski, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Toruń 1999, s. 227-236.
9. Międzynarodowa Konferencja „Marketing u progu XXI wieku” (dla uczczenia 70. rocznicy urodzin Profesora Jerzego Altkorna), organizator: Katedra Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 23-24.02.2001, samodzielny referat: *Znaczenie przepływów gotówkowych w interpretacji wyników metody portfelowej* – wygłoszony i opublikowany: *Marketing u progu XXI wieku, Księga jubileuszowa uczczenia 70. Urodzin Profesora Jerzego Altkorna*, (red.) A. Czubała, J.W. Wiktor, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2001, s. 241-250; przewodniczący komitetu organizacyjnego.
10. Konferencja Naukowa „Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu”, organizator: Instytut Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot, 25-27.10.2001, samodzielny referat: *Zmodyfikowana koncepcja portfelowa BCG* – wygłoszony i opublikowany: *Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu*, (red.) M. Skurczyński, Instytut Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2001, s. 138-144.
11. Konferencja Naukowa „Zarządzanie przedsiębiorstwem XXI wieku” (z okazji jubileuszu 10-lecia Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie), organizator: Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 6.06.2002, referat

- we współautorstwie: *Dylematy aplikacyjnych modyfikacji metody refleksji strategicznej* (współautor: Marek Rawski) – wygłoszony i opublikowany: *Zarządzanie przedsiębiorstwem XXI wieku, Materiały konferencji naukowej zorganizowanej z okazji jubileuszu 10-lecia Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, (red.) R. Niestrój, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2002, s. 211-218.
12. XIX Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji „Konsumpcja – Rynek – Marketing”, organizator: Centrum Badań i Ekspertyz oraz Zespół Katedr Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Ustroń, 15-17.09.2002, referat samodzielny: *Zachowania rynkowe małopolskich firm rzemieślniczych* – wygłoszony i opublikowany: *Konsumpcja i rynek w warunkach zmian systemowych*, (red.) Z. Kędzior, E. Kieźel, PWE, Warszawa 2002, s. 222-226.
13. Konferencja Naukowa „Przedsiębiorstwa jako świątynie wiedzy”, organizator: Wałbrzyska Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości, Morawa k. Świdnicy, 15-17.12.2002, referat samodzielny: *Założenia sposobu działań analitycznych metody portfelowej jako determinant wiedzy* – wygłoszony i opublikowany: *Przedsiębiorstwa jako świątynie wiedzy*, Prace naukowe nr 14, Seria: Zarządzanie i marketing, (red.) W. Cieśliński, tom II, Wydawnictwo Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2002, s. 18-24.
14. „Opportunities of change, 3rd International Economic Congress”, organizator: Instytut Organizacji i Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot, 3-6.07.2003, referat we współautorstwie: *Methodical and interpretative problems involved In the strategic reflection metod* (współautor: Marek Rawski) – wygłoszony i opublikowany: *Opportunities of change, 3<sup>rd</sup> International Economic Congress, Conference Proceedings*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003, 115-120.
15. Konferencja Międzynarodowa „Nowoczesne metody zarządzania”, organizator: Wyższa Szkoła im. Bogdana Jańskiego Wydział Zamiejscowy w Krakowie, Kraków, 20.09.2003, referat samodzielny: *Metodologiczno-metodyczne niejasności metody portfelowej w oparciu o krytykę techniki portfelowej BCG* – wygłoszony, nieopublikowany.
16. Konferencja Naukowa „Instrumenty zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie”, organizator: Katedra Systemów i Technik Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Boszkowo k. Leszna, 14-16.10.2003, referat samodzielny: *Możliwości i ograniczenia zastosowania metody portfelowej w zarządzaniu marketingowym* –

- wyłoszony, opublikowany: *Instrumenty zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie*, (red.) K. Zimniewicz, Zeszyty Naukowe nr 36, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2003, s. 107-113.
17. Konferencja Naukowa „Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu II”, organizator: Zakład Marketingu Instytutu Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot, 23-25.10.2003, samodzielny referat: *Wykorzystanie instrumentów marketingowych przez małopolskie firmy rzemieślnicze* – ogłoszony, opublikowany: *Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu II*, Instytut Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2003, s. 243-248.
18. Konferencja Naukowa „Management Forum 2020: W kierunku uniwersalnego modelu zarządzania”, organizator: Uniwersytet Szczeciński, Międzyzdroje, 23-25.04.2004, referat samodzielny: *Uniwersalizm koncepcji zarządzania portfelem* – ogłoszony, opublikowany: *Management Forum 2020. W kierunku uniwersalnego modelu zarządzania*, (red.) J. Engelhardt, M. Trojak-Trzaskowska, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin – Międzyzdroje 2004, s. 28-34.
19. Konferencja Naukowa „Partnerstwo w regionie. Samorządy, organizacje, mieszkańcy”, organizator: Katedra Marketingu Uniwersytetu Szczecińskiego i PTE - Oddział w Szczecinie, Międzyzdroje, 23-25.05.2004, referat samodzielny: *Wpływ zrzeczeń podmiotów gospodarczych na kształtowanie lokalnych układów partnerskich małopolskich firm rzemieślniczych* – ogłoszony, opublikowany: *Lokalne układy partnerskie*, (red.) J. Karwowski, Uniwersytet Szczeciński, Katedra Marketingu, Szczecin 2004, s. 223-229.
20. IV Seminarium Młodych Pracowników Nauki, Doktorantów i Adiunktów „Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów”, organizator: Wyższa Szkoła Biznesu w Tarnowie, Niedzica, 21-22.06.2004, referat samodzielny: *Stopień dywersyfikacji jako wyznacznik decyzji rozwojowych firm* – ogłoszony, opublikowany: *Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów*, (red.) A. Nalepka, Wyższa Szkoła Biznesu w Tarnowie, Tarnów 2004, s. 55-69.
21. Konferencja Naukowa „Zarządzanie produktem w warunkach globalizacji gospodarki”, organizator: Katedra Marketingu AE w Poznaniu, Poznań, 24-25.09.2004, referat

- samodzielny: *Cykl życia produktu i rynku jako zmienne kształtujące portfel produktów w warunkach globalizacji gospodarki* – wygłoszony, opublikowany: *Zarządzanie produktem w warunkach globalizacji gospodarki*, (red.) J. Kall i B. Sojkin, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2004, s. 63-73.
22. Konferencja Naukowa „Zarządzanie wiedzą i informacją w przedsiębiorstwie i jednostce samorządu terytorialnego”, organizator: Katedra Metod Zarządzania i Marketingu Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Morawa k. Świdnicy, 12-13.12.2004, referat we współautorstwie: *Porównanie możliwości analitycznych różnych technik metody refleksji strategicznej* (współautor: Marek Rawski) – wygłoszony, opublikowany: *Zarządzanie wiedzą i informacją w przedsiębiorstwie i jednostce samorządu terytorialnego*, Prace naukowe, Seria: Zarządzanie i marketing, (red.) P. Laskowski, M. Morawski, Wydawnictwo Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2004, s. 28-37.
23. V Seminarium Młodych Pracowników Nauki, Doktorantów i Adiunktów „Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów”, organizator: Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu, Wyższa Szkoła Biznesu w Tarnowie, Łopuszna, 20-21.06.2005, referat samodzielny: *Stopień dywersyfikacji jako wyznacznik decyzji rozwojowych firm* – wygłoszony, opublikowany: *Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów*, (red.) A. Nalepka, Wyższa Szkoła Biznesu w Tarnowie, Tarnów 2004, s. 55-69.
24. Konferencja Naukowa „Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu III”, organizator: Zakład Marketingu Instytutu Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot, 25-27.10.2005, samodzielny referat: *Zmiany zakresu znaczeniowego pojęcia „audyt marketingowy”* – wygłoszony, opublikowany: *Innowacje w marketingu. Młodzi o marketingu III*, (red.) M. Skurczyński, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2005, s. 205-219.
25. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa”, organizator: Katedra Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 24-25.02.2006, referat samodzielny: *Polityka cenowa a wartość rynkowa firmy* *Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa*,

- Międzynarodowa Konferencja Naukowa*, (red.) A. Czubała, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006, s. 139-155.
26. Konferencja Naukowa „Rola handlu w tworzeniu wartości dla nabywcy”, organizator: Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, 19-20.04.2007, referat samodzielny: *Działania marketingowe przedsiębiorstw handlowych w budowaniu wartości dla klienta (wyniki badań empirycznych)* – wygłoszony, opublikowany: *Rola handlu w kształtowaniu wartości dla nabywcy*, (red.) J. Szumilak, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2007, s. 91-106.
27. VI Seminarium Młodych Pracowników Nauki, Doktorantów i Adiunktów „Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów.”, organizator: Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu, Ząb k/Zakopanego, 18-19.06.2007, referat samodzielny: *Wykorzystanie działań marketingowych przedsiębiorstw usługowych w budowaniu ich wartości (wyniki badań empirycznych)* – wygłoszony, opublikowany: *Organizacje komercyjne i niekomercyjne wobec wzmożonej konkurencji oraz wzrastających wymagań konsumentów*, (red.) A. Nalepka, Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu, Nowy Sącz 2007, s. 250-263.
28. Konferencja Naukowa „B2B Forum 2009. Marketing i sprzedaż na rynku przedsiębiorstw”, organizator: Katedra Strategii Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, 8-9.10.2009, referat we współautorstwie: *Wykorzystanie metody refleksji strategicznej do diagnozy stanu relacji na rynku B2B* (współautor Marek Rawski) – wygłoszony, opublikowany: *Wyzwania dla marketingu i sprzedaży na rynku B2B*, (red.) P. Kwiatek, G. Leszczyński, M. Zieliński, Wydawnictwo Advertiva, Poznań 2009, s. 106-116.
29. V Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Instrumenty zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie - nowe kierunki”, organizator: Katedra Systemów i Technik Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Boszkowo, 12-14.10.2009, referat we współautorstwie: *Wykorzystanie metody refleksji strategicznej do oceny związków przedsiębiorstwa z podmiotami otoczenia w kontekście marketingu relacji* (współautor Marek Rawski) – wygłoszony, opublikowany: *Instrumenty zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie*, (red.) K. Zimniewicz, Zeszyty Naukowe nr 129, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2009, s. 228-236.

30. VI Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju”, organizator: Zakład Marketingu Międzynarodowego Katedry Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 14-16.06.2010, referat samodzielny: *Ograniczenia koncepcji standaryzacji działań przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym* – wygłoszony, opublikowany: *Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju*, (red.) J. W. Wiktor, A. Żbikowska, PWE, Warszawa 2010, s. 154-159; członek komitetu organizacyjnego.
31. „International Conference on Marketing Management (MM 2013)”, organizator: Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu, Wydział Nauk Ekonomicznych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa, 5.06.2013, referat samodzielny: *Audyt marketingowy jako narzędzie weryfikacji strategii marketingowej przedsiębiorstwa* – wygłoszony, opublikowany: „Zeszyty Naukowe SGGW. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing” 2013, nr 9, s. 196-207.
32. III Konferencja Naukowa „Kontrowersje wokół marketingu. Kreowanie wartości a wartość marketingu”, organizator: Katedra Marketingu Akademii Leona Koźmińskiego, Warszawa, 6-7.06.2013, referat samodzielny: *Outsourcing audytu marketingowego* – wygłoszony, opublikowany: „Handel wewnętrzny” 2013, nr 3, s. 121-126.
33. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Marketing w 25-leciu gospodarki rynkowej w Polsce”, organizator: Katedra Marketingu UEK, Kraków, 12-14.06.2014, dwa referaty samodzielne: *Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie oraz Polityka cen* – wygłoszone i opublikowane: *Marketing polskich przedsiębiorstw w 25-leciu gospodarki rynkowej*, (red.) R. Niestrój, P. Hadrian, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2014, s. 85-97, 139-159; przewodniczący komitetu organizacyjnego.
34. Konferencja Naukowa „Współczesny marketing – na styku teorii i praktyki”, organizator: Katedra Marketingu Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów – Polańczyk, 25-27.06.2015, referat samodzielny: *Planowanie marketingowe w polskich przedsiębiorstwach. Analiza porównawcza wyników badań małych i dużych przedsiębiorstw* – wygłoszony, opublikowany: *Zarządzanie marketingowe współczesnymi organizacjami – determinanty, funkcje i strategie*, (red.) O. Gunin, H. Hall, L. Witek, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2015, s. 65-74.

35. XXVI Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji „Współczesne paradygmaty w marketingu, handlu i konsumpcji”, organizator: Wydział Nauk Ekonomicznych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa, 18-20.09.2016, referat samodzielny: *Uwarunkowania decyzji cenowych polskich przedsiębiorstw – wyniki badań –* wygłoszony, opublikowany: „Handel wewnętrzny” 2016, nr 3(362), s. 138-152.
36. VII Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Perspektywy rozwoju marketingu międzynarodowego”, organizator: Zakład Marketingu Międzynarodowego Katedry Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Zakopane, 25-27.09.2017, referat samodzielny: *Zakres przestrzenny rynku jako uwarunkowanie decyzji cenowych przedsiębiorstw działających na polskim rynku (wyniki badań) –* wygłoszony, opublikowany: „Marketing i Rynek” 2017 nr 9, s. 137- 145 (plyta CD); członek komitetu organizacyjnego.
37. XXVII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji „Horyzonty wiedzy. Marketing – Handel – Konsumpcja”, organizator: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań, 17.09-19.09.2018, referat samodzielny: *Zasada koordynacji marketing-mix oraz znaczenie narzędzi marketingowych w praktyce: wyniki badania –* wygłoszony, opublikowany: „Handel Wewnętrzny” 2018, vol. 64, nr 4 (375), t. 2, s. 150-159.
38. 4th International Conference on Marketing Management (MM2019), organizator: Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu, Wydział Nauk Ekonomicznych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa – Żelazowa Wola, 13-14.06.2019, referat samodzielny: *Practical considerations for the implementation of marketing audit as strategic control –* wygłoszony i opublikowany: „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing” 2019, nr 22 (71), s. 65-76.

**b. Wykaz udziału w konferencjach zagranicznych z wygłoszonym referatem**

1. ~~Medzinarodna Vedecka Konferencia Obchodnej fakulty Ekonomickiej University v Bratislave~~ „Obchodne podnikanie v podmienkach teorie a praxe znalostnej”, organizator: Wydział Handlu Uniwersytetu w Bratysławie, Mojmirovce (Czechy), 5-6.10.2006, referat samodzielny: *Impact of price decisions on creating corporate value (results of research on the polish market) –* wygłoszony, opublikowany: *Obchodne podnikanie v podmienkach teorie a praxe znalostnej ekonomiky, zbornik z medzinarodnej*



vedeckej konferencie Obchodnej fakulty Ekonomickej university v Bratislave, 5-6.10.2006  
Mojmirovce, Vydavatel'stvo EKONOM, Bratislava 2006, s. 112-118.

2. VI Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Praktyczna „Marketing and logistics in the system of management”, organizator: Katedra Marketingu i Logistyki Państwowego Uniwersytetu "Lwowska Politechnika", Lwów (Ukraina), 9-11.11.2006, referat samodzielny: *Rola audytu w zarządzaniu marketingiem* – wygłoszony, opublikowane tezy i referat: *Marketing and logistics in the system of management, Tezy wystąpień VI Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 9-11.11.2006*, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2006; *Значення аудиту в маркетинговому управлінні*, Zeszyt Naukowy Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, nr 580, „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2007, s. 348-352.
3. VII Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Praktyczna „Marketing and logistics in the system of management”, organizator: Katedra Marketingu i Logistyki Państwowego Uniwersytetu "Lwowska Politechnika", Lwów (Ukraina), 6-8.11.2008, referat samodzielny: *Wpływ globalizacji na kształt audytu marketingowego* – wygłoszony, opublikowane tezy i referat: *Marketing and logistics in the system of management, Tezy wystąpień VII Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 6-8.11.2008*, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2008; *Вплив глобалізації на вигляд маркетингового аудиту*, Zeszyt Naukowy Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, nr 633, „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2008, s. 738-744.
4. XI Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Praktyczna „Marketing na Ukrainie”, organizator: Ukraińskie Stowarzyszenie Marketingu, Kijowski Narodowy Uniwersytet Ekonomiczny, Kijów (Ukraina), 22-23.09.2010, referat samodzielny: *An audit of the international company's marketing environment* – wygłoszony, opublikowane tezy i referat: *Маркетинг в Україні. Програма Одинадцятій міжнародної науково-практичної конференції. Збірник тез*, Kijów 21-23.10.2010, (red.) G. E. Garašuk, Ukraińska Asocjacja Marketingu, Kijów 2010, s. 76-84; *Аудит маркетингового середовища міжнародної компанії*, „Маркетинг в Україні” 2010, nr 4(62), s. 48-50.
5. VIII Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Praktyczna „Marketing and logistics in the system of management”, organizator: Katedra Marketingu i Logistyki Państwowego Uniwersytetu "Lwowska Politechnika", Lwów (Ukraina), 4-6.11.2010,

- referat samodzielny: *Stopień wykorzystania koncepcji marketingowej przez przedsiębiorców na polskim rynku* – wygłoszony, opublikowane tezy i referat: *Marketing and logistics in the system of management. Tezy wystąpień VIII Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 4-6.11.2010*, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2010, s. 71-72; *Ступінь використання маркетингової концепції підприємцями на польському ринку*, Zeszyt Naukowy Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika” nr 690, „ЛОГІСТИКА” Lwów 2010, s. 483-487.
6. X Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Praktyczna „Marketing and logistics in the system of management”, organizator: Katedra Marketingu i Logistyki Państwowego Uniwersytetu "Lwowska Politechnika", Lwów (Ukraina), 6-8.11.2014, referat samodzielny: *Planowanie działalności marketingowej w polskich przedsiębiorstwach (wyniki badań)* – wygłoszony, opublikowane tezy i referat: *Marketing and logistics in the system of management, Tezy wystąpień X Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 6-8.11.2014*, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2014, s. 388-390; Zeszyt Naukowy Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika” nr 811, „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2014, s. 389-395.
7. XI Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Praktyczna „Marketing and logistics in the system of management” (z okazji 200-lecia Narodowego Uniwersytetu Lwowskiego "Politechnika Lwowska"), organizator: Państwowy Uniwersytet "Lwowska Politechnika", Lwów (Ukraina), 3-5.11.2016, referat samodzielny: *Differentiation and prerequisites for pricing decisions of companies (on the basis of research on the companies operating on the Polish market)* – wygłoszony, opublikowane tezy i referat: *Marketing and logistics in the system of management, Tezy wystąpień XI Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 3-5.11.2016*, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2016, s. 309-311; *The significance and diversification of pricing decisions of companies operating on the Polish market (results of research)*, Zeszyt Naukowy Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika” nr 848, Seria: „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2016, s. 89-94.
8. XII Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Praktyczna „Marketing and logistics in the system of management”, organizator: Katedra Marketingu i Logistyki

Państwowego Uniwersytetu "Lwowska Politechnika", Lwów (Ukraina), 25-27.10.2018, referat samodzielny: *Assessment of the co-ordination of marketing tools. Results of research* – wygłoszony, opublikowane tezy i referat: *Marketing and logistics in the system of management*, Tezy wystąpień XII Międzynarodowej Naukowo-praktycznej Konferencji, Lwów 25-27.10.2018, Wydawnictwo Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, Lwów 2018, s. 250-252; Zeszyt Naukowy Państwowego Uniwersytetu „Lwowska Politechnika”, nr 892, Seria: „ЛОГІСТИКА”, Lwów 2018, s. 196-202.

c. Wykaz udziału w konferencjach krajowych i zagranicznych z referatem, bez jego wygłoszenia

1. X Konferencja Katedr Marketingu i Handlu uczelni i wydziałów ekonomicznych, XVI Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji „Metody badań marketingowych”, organizator: Zespół Katedr Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Krynica Górská, 24-26.09.1996, referat samodzielny: *Czynniki oceny atrakcyjności działalności gospodarczej oraz atutów konkurencyjnych firmy (na podstawie badań empirycznych)* – opublikowany: *Metody badań marketingowych*, (red.) J. Szumilak, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1996, s. 456-464.
2. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce”, organizator: Katedra Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 13-15.12.1999, referat samodzielny: *Wykorzystanie polityki cenowej jako instrumentu działań rynkowych* – opublikowany: *Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce, Materiały Międzynarodowej Konferencji zorganizowanej przez Katedrę Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 13-15 grudnia 1999 r.*, (red.) J. Altkorn, Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999, s. 83-92; członek komitetu organizacyjnego.
3. 5th International Scientific Symposium, Faculty of Economics „Globalisation Influences on Local Markets”, organizator: Katedra Ekonomiki i Zarządzania Przedsiębiorstwem, Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Mateja Bela w Bańskiej Bystrzycy,, Zuberec (Słowacja), 09.2006, referat samodzielny: *Significance of the marketing audit in the marketing management of globally operating companies* – opublikowany: *Globalisation influences on local markets, Papers of the 5<sup>th</sup> International Scientific*

*Symposium*, (red.) J. Ďado, H. Čierna, E. Poliačiková, Matej Bel University, Faculty of Economics, Banská Bystrica 2006, s. 82-89.

4. 6th International Scientific Symposium „Problems of marketing management in globalisation”, organizator: Katedra Ekonomiki i Zarządzania Przedsiębiorstwem, Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Mateja Bela w Bańskiej Bystrzycy, Katedra Marketingu UEK, Spišská Nova Ves (Słowacja), 17-19.09.2008, referat samodzielny: *Globalisation of the marketing audit* – opublikowany: *Problems of marketing management in globalization, Papers of the 6<sup>th</sup> International Scientific Symposium*, (red.) J. Ďado, Matej Bel University, Faculty of Economics, Banská Bystrica 2008, s. 58-62.

**d. Wykaz udziału w konferencjach krajowych i zagranicznych bez referatu**

1. Konferencja Naukowa „Przedsiębiorstwo - Marketing – Strategie”, organizator: Centrum Badań i Ekspertyz oraz Katedra Badań Rynkowych i Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Ustroń, 10.1995, uczestnik, bez referatu.
2. Konferencja Naukowa „Konsument – Przedsiębiorstwo – Przestrzeń”, organizator: Katedra Badań Rynkowych i Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Ustroń, 09.1998, uczestnik, bez referatu.
3. Konferencja Naukowa „Marketing w praktyce polskiej gospodarki. Doświadczenie - tendencje rozwojowe”, organizator: Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Tarnów, 18.12.1998, uczestnik, bez referatu.
4. II Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Euromarketing. Koncepcje, strategie, metody”, organizator: Zakład Marketingu Międzynarodowego Katedry Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 24-26.11.1999, bez referatu; członek komitetu organizacyjnego,
5. XVIII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji „Kongres 2000. Marketing – Przełom wieku – Paradygmaty – Zastosowania”, organizator: Instytut Marketingu Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Jelenia Góra, 24-27.09.2000, uczestnik, bez referatu.
6. III Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Marketing and globalization”, organizator: Zakład Marketingu Międzynarodowego Katedry Marketingu Akademii

- Ekonomicznej w Krakowie, Stary Smokovec 23-25.10.2000, bez referatu, członek komitetu organizacyjnego.
7. Kongres Naukowy „Public Relations w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej organizacji”, organizator: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, 26-27.04.2001, uczestnik, bez referatu.
  8. Seminarium „Marketing w XXI wieku”, organizator Wielkopolska Szkoła Biznesu przy Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, 21.11.2001, uczestnik, bez referatu.
  9. Konferencja „Docelowy model kształcenia na Wydziale Zarządzania AE w Krakowie”, organizator: Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 21.03.2002, uczestnik, bez referatu.
  10. Seminarium Naukowo-Praktyczne „Marketing relacyjny”, organizator: Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań, 1.03.2002, uczestnik, bez referatu.
  11. II Międzynarodowy Kongres Public Relations „Społeczeństwo – informatyka – gospodarka”, organizator: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, 25-26.04.2002, uczestnik, bez referatu.
  12. Konferencja Naukowa „Dystrybucja w marketingowych strategiach przedsiębiorstwa”, organizator: Katedra Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 22.11.2002, bez referatu; członek komitetu organizacyjnego.
  13. III Międzynarodowy Kongres Public Relations, organizator: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, 23-25.04.2003, uczestnik, bez referatu.
  14. IV Krajowe Sympozjum Naukowe „Rola informacji w procesie zarządzania zmianami”, organizator: Rada Główna TNOiK i Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 16.06.2003, uczestnik, bez referatu.
  15. IV Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Euromarketing. Przedsiębiorstwo i konsument w perspektywie integracji europejskiej”, organizator: Katedra Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 22-24.09.2003, bez referatu; członek komitetu organizacyjnego.
  16. Konferencja Naukowa „Globalizacja i integracja gospodarcza a procesy restrukturyzacji i rozwoju przedsiębiorstw”, organizator: Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw Akademii Ekonomicznej w Krakowie, TNOiK, Europejskie Stowarzyszenie Zarządzania CECIOS, Kraków, 21-23.10.2003, uczestnik, bez referatu.

17. Konferencja Naukowa „Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa. Teoria i praktyka”, organizator: Instytut Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw Uniwersytetu Szczecińskiego, Międzyzdroje 17-19.06.2004, uczestnik bez referatu.
18. „XX Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji”, organizator: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 6-8.09.2004, uczestnik, bez referatu.
19. Konferencja Naukowa „Kontrowersje wokół marketingu w Polsce – tożsamość, etyka, przyszłość”, organizator: Katedra Marketingu Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Warszawa, 17-18 listopada 2004, uczestnik, bez referatu.
20. Konferencja Naukowa „Management Forum 2020: Innowacyjność versus zachowawczość współczesnych organizacji”, organizator: Katedra Procesu Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 22-24 kwietnia 2005, uczestnik, bez referatu.
21. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Państwo – Gospodarka – Społeczeństwo”, organizator: Krakowska Szkoła Wyższa im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 15-17 maja 2005, uczestnik, bez referatu.
22. V Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Euromarketing. Strategie przedsiębiorstw na rynku europejskim”, organizator: Zakład Marketingu Międzynarodowego Katedry Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zakopane, 26-28.09.2005, bez referatu; członek komitetu organizacyjnego.
23. Konferencja Naukowa „Zachowania podmiotów na rynku w warunkach konkurencji. Aspekty marketingowe”, organizator: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Nałęczów, 16-17.10.2006, uczestnik, bez referatu.
24. XXII Ogólnopolski Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji „Współczesny marketing. Trendy – strategie – działania”, organizator: Zakład Ekonomiki Przedsiębiorstwa i Marketingu, Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Kazimierz Dolny n. Wisłą, 8-10.09.2008, uczestnik, bez referatu.
25. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Tożsamość i wizerunek marketingu”, organizator: Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 10-12.05.2009, bez referatu; członek komitetu organizacyjnego.

26. Konferencja Naukowa „Trends and recent challenges of theory and practice in trade, marketing and international business activities in the conditions of global competition”, organizator: Wydział Handlu Uniwersytetu Ekonomicznego w Bratysławie, Mojmirovce, 15-16.10.2009, uczestnik, bez referatu.
27. Ogólnopolska Konferencja Naukowa „20 lat przemian ustroju gospodarczego Polski. Dokonania – wyzwania”, organizator: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków, 26.01.2010, bez referatu; członek komitetu organizacyjnego.
28. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Społeczno-ekonomiczne determinanty funkcjonowania polskiej gospodarki w XXI wieku”, organizator: Katedra Marketingu, Wydział Zarządzania i Marketingu Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów – Czarna k. Ustrzyk Dolnych, 15-17.04.2010, uczestnik, bez referatu.
29. Międzynarodowa Konferencja Naukowa Wydziału Zarządzania UEK „Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo”, organizator: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, 24-26.05.2010, uczestnik, bez referatu.
30. III Międzynarodowa Konferencja Naukowa Wydziału Zarządzania UEK „Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo”, organizator: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, 1-3.06.2011, uczestnik, bez referatu.
31. IV Międzynarodowa Konferencja Naukowa Wydziału Zarządzania UEK „Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo”, organizator: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, 29-31.05.2012, uczestnik, bez referatu.
32. XXIV Ogólnopolski Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji „Perspektywy rozwoju marketingu. Nauka i dydaktyka wobec wyzwań praktyki”, organizator: Wydział Ekonomii Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, 12-14.09.2012, uczestnik, bez referatu.
33. Konferencja Naukowa „Badania marketingowe – metody, nowe podejścia i konteksty badawcze”, organizator: Katedra Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 23-25.09.2012, uczestnik, bez referatu.
34. V Międzynarodowa Konferencja Naukowa Wydziału Zarządzania UEK „Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo”, organizator: Wydział Zarządzania Uniwersytetu

Ekonomicznego w Krakowie, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, 5-7.06.2013, uczestnik, bez referatu.

35. VI Międzynarodowa Konferencja Naukowa Wydziału Zarządzania UEK „Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo”, organizator: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, 4-6.06.2014, uczestnik, bez referatu.

36. VII Międzynarodowa Konferencja Naukowa Wydziału Zarządzania UEK „Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo”, organizator: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, 25-27.05.2015, uczestnik, bez referatu.

37. Konferencja „Open Eyes Economy Summit 2016”, organizator: Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Wydział Gospodarki i Administracji Publicznej UEK, Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej, Kraków, 15-16.11.2016, uczestnik, bez referatu.

38. Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – perspektywa marketingu” (konferencja z cyklu „Współczesne koncepcje zarządzania marketingowego”), organizator: Wydział Zarządzania i Wydział Informatyki i Komunikacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice, 12-13.10.2017, uczestnik, bez referatu.

## **6. Informacja o udziale w komitetach organizacyjnych i naukowych konferencji krajowych lub międzynarodowych**

1. Współczesne tendencje w marketingu i ich konsekwencje dla dydaktyki (23-24.09.1997, Kraków) – członek komitetu organizacyjnego.

2. Współczesne problemy Marketingu Międzynarodowego, I Sympozjum Marketingu Międzynarodowego (10-11.12.1998, Zakopane) – członek komitetu organizacyjnego.

3. Euromarketing. Koncepcje, strategie, metody. II Sympozjum Marketingu Międzynarodowego (24-27.11.1999, Zakopane) – członek komitetu organizacyjnego.

4. Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce, Międzynarodowa Konferencja Naukowa (13-15.12.1999, Zakopane) – członek komitetu organizacyjnego.

5. Marketing and Globalization, III Sympozjum Marketingu Międzynarodowego (23-25.10.2000, Stary Smokovec) – członek komitetu organizacyjnego.

*Hadrian*



6. Marketing u progu XXI wieku, Międzynarodowa Konferencja dla uczczenia 70. rocznicy urodzin Profesora Jerzego Altkorna (23-24.02.2001, Kraków) – przewodniczący komitetu organizacyjnego.
7. Euromarketing. Przedsiębiorstwo i konsument w perspektywie integracji europejskiej, IV Sympozjum Marketingu Międzynarodowego (22-24.09.2003, Zakopane) – członek komitetu organizacyjnego.
8. Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa, Międzynarodowa Konferencja Naukowa (24-25.02.2006, Kraków) – przewodniczący komitetu organizacyjnego.
9. Tożsamość i wizerunek marketingu, Międzynarodowa Konferencja Naukowa (10-12.05.2009, Kraków) – członek komitetu organizacyjnego.
10. Marketing w 25-lecie gospodarki rynkowej w Polsce (12-14.06.2014, Kraków) – przewodniczący komitetu organizacyjnego.
11. VII Sympozjum Marketingu Międzynarodowego (25-27.09.2017 Zakopane) – członek komitetu organizacyjnego.

**7. Informacja o uczestnictwie w pracach zespołów badawczych realizujących projekty finansowane w drodze konkursów krajowych lub zagranicznych**

„Współczesne koncepcje i narzędzia marketingu” (2020), projekt badawczy w ramach Programu POTENCJAŁ 83/ZZM/2020/POT, dr hab. Paweł Chlipała (kierownik tematu), prof. dr hab. Jan W. Wiktor, dr hab. Agnieszka Żbikowska prof. UEK, dr Piotr Hadrian, dr Katarzyna Sanak-Kosmowska mgr Joanna Sobura, mgr Maria Bajak, wykonawstwo projektu – współudział.

## **8. Członkostwo w międzynarodowych lub krajowych organizacjach i towarzystwach naukowych**

1. Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu (rok założenia 2013) – członek zwyczajny od 2017 roku.
2. Ukraińska Asocjacja Marketingu (rok założenia 1999) – członek zwyczajny od 2020 roku.

## **9. Informacja o odbytych stażach w instytucjach naukowych**

1. 3-7.11.2014 – Narodowy Uniwersytet „Politechnika Lwowska” we Lwowie (Ukraina), Katedra Marketingu i Logistyki; kwerenda zasobów bibliotecznych, udział w spotkaniach pracowników Katedry, wykładach i zajęciach seminaryjnych ze studentami specjalności marketing;
2. 2016-2019 – Uniwersytet Śląski w Opawie (Republika Czeska), Wydział Administracji Biznesowej w Karwinie), współpraca w ramach projektu „Zorientowanie małych i średnich przedsiębiorstw na osiągnięcie konkurencyjności opartej na wiedzy”; kilkukrotne wizyty studyjne w okresie realizacji projektu naukowo-badawczego, wymiana wyników badań;
3. 7-15.10.2017 – Narodowy Uniwersytet „Politechnika Lwowska” we Lwowie (Ukraina), Katedra Marketingu i Logistyki; prezentacja na zebraniu naukowym Katedry analizy porównawczej wyników prowadzonych badań nad wykorzystaniem w praktyce audytu marketingu jako narzędzia kontroli działalności marketingowej; udział w spotkaniach pracowników Katedry, wykładach i zajęciach seminaryjnych ze studentami specjalności marketing; przeprowadzenie badania metodą *case study* w ПрАТ Тернопільський молокозавод (Tarnopolskim Przedsiębiorstwie Mleczarskim);
4. 15-19.10.2018 – Uniwersytet Mateja Bela w Bańskiej Bystrzycy (Republika Słowacka), Wydział Ekonomiczny, Katedra Ekonomiki i Zarządzania przedsiębiorstwem; kwerenda zasobów bibliotecznych, udział w spotkaniach pracowników katedry, wykład i zajęcia seminaryjne ze studentami na temat audytu marketingu.

### **10. Informacja o recenzowanych pracach naukowych**

Przygotowanie kilkunastu recenzji artykułów przedstawionych do publikacji, na zlecenie:

- redakcji czasopisma „Konsumpcja i Rozwój” wydawanego przez Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur,
- redakcji czasopisma „Folia Turistica” wydawanego przez Akademię Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie (Wydział Turystyki i Rekreacji),
- redaktora naukowego monografii (prof. dr hab. Adam Nalepka) przygotowywanych w ramach cyklicznych spotkań młodych naukowców organizowanych przez Wyższą Szkołę Biznesu – National-Louis University w Nowym.

### **III. Informacja o współpracy z otoczeniem społecznym i gospodarczym**

#### **Informacja o udziale w zespołach eksperckich lub konkursowych**

Od 2000 roku członek Kapituły Konkursu „Małopolski Rzemieślnik Roku”, corocznie organizowanego przez Małopolskie Porozumienie Izb Rzemieślniczych, w Krakowie, Nowym Sączu i Tarnowie – członek Zespołu wizytującego kandydatów zgłoszonych przez Cechy rzemieślnicza do konkursu; przedstawiane opinie w trakcie obrad Kapituły podejmującej ostateczną decyzję o przyznaniu tytułów i wyróżnień, starają się jedną z istotnych przesłanek tej decyzji.

## IV. Informacje naukometryczne

### 1. Informacja o liczbie cytowań publikacji wnioskodawcy oraz posiadanym indeksie Hirscha

dr Piotr Hadrian  
Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości  
ORCID: 0000-0003-0922-920X  
data wydruku: 2021.06.07  
raport bez autocytowań

[Pokaż wszystkie prace cytujące]

#### Statystyki szczegółowe z poszczególnych źródeł

	Liczba cytowań	Liczba cytowanych publikacji	h-index
Web of Science	0	0	0
Web of Science B	2	2	-
Scopus	0	0	0
Scopus B	1	1	-
BazEkon	45	20	3
Inne źródła	36	16	3

#### Statystyka całościowa (bez powtórzeń)

	Liczba cytowań	Liczba cytowanych publikacji	h-index
dr Piotr Hadrian	81	25	4


dr Piotr Hadrian  
Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości  
ORCID: 0000-0003-0922-920X  
data wydruku: 2021.06.07  
raport z autocytowaniami

#### Statystyki szczegółowe z poszczególnych źródeł


	Liczba cytowań	Liczba cytowanych publikacji	h-index
Web of Science	0	0	0
Web of Science B	2	2	-
Scopus	0	0	0
Scopus B	1	1	-
BazEkon	75	36	4
Inne źródła	40	17	3

#### Statystyka całościowa (bez powtórzeń)

	Liczba cytowań	Liczba cytowanych publikacji	h-index
dr Piotr Hadrian	115	38	5


**UNIwersYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE**

# CYTOWANIA W BAZEKON


 biblioteka główna UJK

[Wyszukiwarka](#) | [Bazekon - raporty ogólne](#) | [Info](#) | [Bibliometria](#) | [Podobne strony](#) | [Pomoc](#) | [Kontakt](#)

2021.06.07; 274776 dokumentów w Bazekon; 3816661 przypisów; 1752227 przypisów opracowanych.


Autor:  Za lata:  -

z autocytowaniami  tylko artykuły w czasopiśmie


Zgłoś do opracowania  Sprawdź w nieopracowanych

- Liczba cytowań: 75
- h-index: 4
- Liczba publikacji cytowanych więcej niż 1 raz: 13
- Liczba cytowanych publikacji: 36
- Zakres czasowy publikacji (w latach): 31
- Liczba cytowań/publikację: 2.08
- Liczba cytowań/rok: 2.42

LP.	LCYT	AUTOR	TYTUŁ	ROK	TYTUŁ CAŁOŚCI	CZASOPISMO	SERIA	+
1	14	Hadrian P.; Raw...	Własności różnych technik m... <a href="#">Zobacz kto cytował</a>	2008		Przegląd Organizacji		
2	7	Hadrian P.; Raw...	Cel i metoda badań <a href="#">Zobacz kto cytował</a>	2006	Marketingowe strategie...			
3	5	Hadrian P.	Analiza otoczenia dalszego ... <a href="#">Zobacz kto cytował</a>	2006		Zeszyty Naukowe Akadem...		


**UNIwersYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE**

# CYTOWANIA W BAZEKON


 biblioteka główna UJK

[Wyszukiwarka](#) | [Bazekon - raporty ogólne](#) | [Info](#) | [Bibliometria](#) | [Podobne strony](#) | [Pomoc](#) | [Kontakt](#)

2021.06.07; 274776 dokumentów w Bazekon; 3816661 przypisów; 1752227 przypisów opracowanych.

Autor:  Za lata:  -

z autocytowaniami  tylko artykuły w czasopiśmie

Zgłoś do opracowania  Sprawdź w nieopracowanych

- Liczba cytowań: 45
- h-index: 3
- Liczba publikacji cytowanych więcej niż 1 raz: 7
- Liczba cytowanych publikacji: 20
- Zakres czasowy publikacji (w latach): 31
- Liczba cytowań/publikację: 2.25
- Liczba cytowań/rok: 1.45

LP.	LCYT	AUTOR	TYTUŁ	ROK	TYTUŁ CAŁOŚCI	CZASOPISMO	SERIA	+
1	11	Hadrian P.; Raw...	Własności różnych technik m... <a href="#">Zobacz kto cytował</a>	2008		Przegląd Organizacji		
2	6	Hadrian P.; Raw...	Cel i metoda badań <a href="#">Zobacz kto cytował</a>	2006	Marketingowe strategie...			
3	5	Hadrian P.	Analiza otoczenia dalszego ... <a href="#">Zobacz kto cytował</a>	2006		Zeszyty Naukowe Akadem...		

## 2. Informacja o liczbie punktów MEiN.

### PUNKTY PRACOWNIKA

(Sposób wyliczenia punktów / udziału pracownika w stocie)

Dyscyplina: nauki o zarządzaniu i jakości 12

Nazwisko	Imię	Punkty	Udział w stocie	Lista	Rodzaj	Funkcja	Rok wyd.	Tytuł
Hadrian	Piotr	100.0000	1.0000	I	monografia		2020	Hadrian P. (2020), Audyt marketingu - strategiczne narzędzie kontroli ma Monografia, nr 267), Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, 334
Hadrian	Piotr	20.0000	1.0000	Lista 2019	artykuł		2019	Hadrian P. (2019), Practical Considerations for the Implementation of Ma s. 65-76,
Hadrian	Piotr	20.0000	1.0000	Lista 2019	artykuł		2020	Hadrian P. (2020), The Various Models of Marketing Audit, "Marketing Int
Hadrian	Piotr	12.0000	1.0000	b	artykuł		2018	Hadrian P. (2018), Zasada koordynacji marketing-mix oraz znaczenia na
Hadrian	Piotr	9.0000	1.0000	b	artykuł		2017	Hadrian P. (2017), Zakres przestrzenny rynku jako uwarunkowanie decyz s. 137-145;
Hadrian	Piotr	2.0000	1.0000	b	artykuł		2018	Hadrian P. (2018), The Use of Audit as a Tool for Strategic Control of Mar
Hadrian	Piotr	1.0000	1.0000		artykuł		2018	Hadrian P. (2018), Assessment of the Co-ordination of Marketing Tools : I
Hadrian	Piotr	43.4145	0.5774	Lista 2019	artykuł		2021	Hadrian P., Máchovský F., Mráček P. (2021), The Concept of Strategic Co
Hadrian	Piotr	2.5000	0.5000		rozdział w monografii		2017	Hadrian P., Rawski M. (2017), Marketing Planning and Strategies in Poľs Economics, University of Niš, s. 195-210.
Hadrian	Piotr	2.5000	0.5000		artykuł		2020	Hadrian P., Stets O., (2020), The Possibilities of Using Audit as a Tool of p problemi rozwtku", vol. 2, no. 2, s. 79-91.
Hadrian	Piotr	2.5000	0.5000		artykuł		2020	Ďaďo J., Hadrian P. (2020), A Process Approach to a Marketing Audit. "E
Hadrian	Piotr	0.0000	0.0000		rozdział w materiałach konferencyjnych		2020	Hadrian P. (2020), Marketing Operations Control - the Underated Stage Afonina T., Borisova A., Ždanovič O., Kuharčenko O., Melužova Ľ., Ušakov zasnovanná kafedri marketngu i komercijnoj dlátnosti HDUHT, 8-10 žovt

## V. Dokumenty potwierdzające i uwiarygodniające informacje zawarte w Autoreferacie na temat dorobku i osiągnięć w pracy naukowo-badawczej, Załącznik 3 do „Wniosku z dnia 7 czerwca 2021”

(dostępne również w wersji elektronicznej na nośniku pamięci w odpowiednich katalogach)

### Wykształcenie:

1. Zaświadczenie o odbytych studiach
2. Dyplom Akademii Ekonomicznej w Krakowie
3. Dyplom Akademii Ekonomicznej w Krakowie – odpis potwierdzony
4. Dyplom Doktora nauk ekonomicznych – oryginał
5. Dyplom Doktora nauk ekonomicznych – odpis potwierdzony
6. Karta Słuchacza Studium Dydaktycznego
7. Certyfikat Tutora

### **Współpraca naukowo-badawcza:**

1. Uniwersytet Mateja Bela w Bańskiej Bystrzycy – współpraca
2. Uniwersytet Śląski w Opawie – współpraca
3. Narodowy Uniwersytet „Politechnika Lwowska” we Lwowie – współpraca
4. Akademia Muzyczna – współpraca
5. Folia Turistica - recenzent
6. Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu – członkostwo
7. UAM – decyzja przyjęcia
8. UAM – certyfikat przyjęcia
9. Małopolska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości - współpraca

### **Nagrody**

1. Nagroda II stopnia Rektora Akademii Ekonomicznej w Krakowie 1998
2. Nagroda III stopnia Rektora Akademii Ekonomicznej w Krakowie 2002
3. Nagroda III stopnia Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie 2013
4. Nagroda II stopnia Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie 2014
5. Nagroda III stopnia Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie 2014
6. Nagroda II stopnia Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie 2016
7. Medal za długoletnią służbę

### **Aktywność społeczna**

1. Stowarzyszenie Ecce Homo
2. Biuro Osób Niepełnosprawnych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
3. Zespół Szkół Specjalnych w Krakowie

### **Aktywność organizacyjna**

1. Komisja Rekrutacyjna Akademii Ekonomicznej w Krakowie 1989
2. Komisja Rekrutacyjna Akademii Ekonomicznej w Krakowie 1991
3. Opiekun Studiów podyplomowych\_1993
4. Komisja\_Akredytacyjna WZ AE\_2003
5. Komisja\_Dyscyplinarna\_UEK\_2012-2016
6. Jubileusz – 90 UEK

## **Cytowania**

1. Raport cytowań z autocytowaniami
2. BazEkon – autocytowaniami
3. BazEkon – bez autocytowań
4. Punktacja publikacji według Ministerstwa Edukacji i Nauki