

## **Seminarium Naukowe**

### **Doktorantów Katedry Strategii Marketingowych**

W dniu 27 stycznia 2018 roku odbyło się Seminarium Naukowe Doktorantów Katedry Strategii Marketingowych. Celem spotkania była dyskusja nad oczekiwaniami stawianymi kandydatom do stopnia naukowego doktora oraz wymiana doświadczeń w zakresie przygotowywania rozpraw doktorskich. Oprócz tego, spotkanie stanowiło sposobność do prezentacji koncepcji dysertacji powstających pod opieką naukową pracowników Katedry.

W Seminarium wzięli udział zaproszeni goście, pracownicy Katedry Strategii Marketingowych oraz 15 doktorantów, zarówno studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych. Uroczystości przewodniczył dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. nadzw. UEP, kierownik Katedry Strategii Marketingowych.

W pierwszej części spotkania prof. dr hab. Marek Ratajczak, prof. zw. UEP przedstawił wymagania ustawowe o stopniach naukowych i tytułach naukowych oraz o stopniach i tytułach w zakresie sztuki oraz podzielił się swoimi doświadczeniami. Pan Profesor w swojej wypowiedzi zwrócił również uwagę na istotne aspekty pisania rozpraw doktorskich, takie jak: oryginalne rozwiązanie problemu badawczego oraz interdyscyplinarność prac. Pani prof. dr hab. Bogna Pilarczyk, prof. zw. UEP przybliżyła uczestnikom spotkania wymagania stawiane rozprawom doktorskim. Wyjaśniła również doktorantom z czym wiąże się prowadzenie badań naukowych i jakie warunki muszą być spełnione, by badania miały walor naukowy. Swoimi doświadczeniami z pisania rozprawy doktorskiej, a także z przebiegu jej obrony, podzielił się z uczestnikami spotkania dr Bartosz Mazurkiewicz, który obronił swoją pracę doktorską w 2016 roku. Wypowiedzi prelegentów zainspirowały zgromadzonych na sali doktorantów do zadawania pytań.

Druga część seminarium poświęcona była prezentacjom dwóch koncepcji rozpraw doktorskich. Pierwszą z nich zaprezentowała mgr Olga Kijewska, która przygotowuje rozprawę poświęconą kształtowaniu relacji z interesariuszami w procesie organizacji wydarzeń sportowych. Praca powstaje pod opieką naukową dr hab. Zygmunta Waśkowskiego, prof. nadzw. UEP. Druga prezentacja to wystąpienie mgr Marty Woźniak, która przygotowuje dysertację na temat zachowań e-konsumentów oraz ich percepcji

produktów z wykorzystaniem e-opakowania. Opiekunem naukowym mgr M. Woźniak jest dr hab. Ewa Jerzyk, prof. nadzw. UEP.

Wydarzenie było organizowane pod patronatem merytorycznym Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu.