

**XXVII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. Horyzonty wiedzy. Marketing –  
Handel – Konsumpcja, Poznań, 17-19 września 2018**

W dniach 17-19 września 2018 roku w Poznaniu odbył się *XXVII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. Horyzonty wiedzy. Marketing – Handel – Konsumpcja*. Organizatorami tegorocznego Zjazdu były trzy katedry Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (Katedra Strategii Marketingowych, Katedra Handlu i Marketingu, Katedra Marketingu Produktu) oraz Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu.

Wydarzenie zostało objęte patronatem honorowym JM Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu prof. dr hab. Macieja Żukowskiego oraz Marszałka Województwa Wielkopolskiego Marka Woźniaka. Patronem medialnym natomiast było czasopismo Marketing i Rynek. Partnerami wydarzenia były przedsiębiorstwa: Bona, BGR, Branch Brothers, Colian, Enea, WPIP.

Celem XXVII Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji było stworzenie przestrzeni do zaprezentowania najnowszych wyników badań nad wyzwaniami płynącymi z zachodzących przemian społecznych, ekonomicznych i technologicznych, a także integracja środowiska akademickiego wokół zagadnień związanych z nauką, dydaktyką i praktyką. W konferencji uczestniczyli przedstawiciele środowiska akademickiego z całej Polski oraz ośrodków zagranicznych (m.in. ze Stanów Zjednoczonych, Rosji i Wielkiej Brytanii). W sumie w Zjeździe wzięło udział 201 osób z 57 ośrodków naukowych. Na Zjazd nadesłano 175 artykułów, w trakcie obrad wygłoszono 77 referatów.

Uroczystego otwarcia XXVII Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji dokonali: JM prof. dr hab. Maciej Żukowski, Rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. nadzw. UEP, Przewodniczący Komitetu Organizacyjnego.

Trzydniowe obrady odbywały się podczas czterech sesji plenarnych, dwóch paneli dyskusyjnych oraz sześciu sesji krótkich prezentacji. Uczestnicy Zjazdu dyskutowali nad kierunkami rozwoju marketingu w wielu obszarach, które są konsekwencją przemian społecznych, ekonomicznych i technologicznych. Uwagę skupiono m.in. na znaczeniu marketingu w świecie nauki, zmianach paradygmatów marketingu, relacjach między teorią a praktyką marketingu z perspektywy zarówno naukowców, jak i praktyków. W trakcie Zjazdu przedstawione zostały wyniki badań prowadzonych przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu, które dotyczyły postrzegania marketingu przez polskich naukowców zajmujących się tym obszarem badań. Ze szczegółowymi wynikami można zapoznać się na [stronie PNTM](#). Ponadto omawiane były kwestie zmian w zachowaniach nabywców, a także wyzwań współczesnego handlu. W trakcie sesji krótkich prezentacji przedstawione zostały wyniki badań o bardzo zróżnicowanej tematyce, mieszczące się w jednym z trzech głównych obszarów: marketingu, konsumpcji i handlu.

Gorące dyskusje prowadzone były nie tylko podczas obrad, ale również w kularach i w trakcie wieczornych spotkań integracyjnych. Zdjęcia ze Zjazdu można obejrzeć [TUTAJ](#)

Kolejny, XXVIII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji, odbędzie się w 2020 roku w Szczecinie.