

IV SEMINARIUM NAUKOWE PNTM

ZNACZENIE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W MARKETINGU NA RYNKU B2C I B2B

11 KWIETNIA, 2024 R., ONLINE

10.00-10.15

OTWARCIE SEMINARIUM I POWITANIE UCZESTNIKÓW

10.15-11.45

SESJA I

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W MARKETINGU – WYNIKI BADAŃ NAUKOWYCH

PRZEWODNICZĄCA: DR HAB. RENATA NESTOROWICZ, PROF. UEP

1. AGATA GÓRSKA

2. DR MARIUSZ WOŹNIAKOWSKI

3. DR ANNA JASIULEWICZ

CZAS NA DYSKUSJĘ

11.45-12.00

PRZERWA

PANEL DYSKUSYJNY PRZEDSTAWICIELI NAUKI

I PRAKTYKI GOSPODARCZEJ

**(NIE)ZNAJOMOŚĆ POTENCJAŁU MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH I WYNIKAJĄCE
Z TEGO KONSEKWENCJE DLA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH PRZEDSIĘBIORSTW**

MODERATOR: DR HAB. EDYTA GOŁĄB-ANDRZEJAK, PROF. PG

1. DR ANDRZEJ SZYMKOWIAK, PROF. UEP

2. DR NATALIA PRZYBYLSKA

3. DR DARIUSZ WYLON

4. DR TOMASZ ZAWADZKI

5. MGR MARIA BAJAK

CZAS NA DYSKUSJĘ

PRZERWA

12.00-13.30

13.30-14.00

14.00-15.30

**II PANEL DYSKUSYJNY PRZEDSTAWICIELI NAUKI I PRAKTYKI
GOSPODARCZEJ**

**INFLUENCER MARKETING, CZYLI BLASKI I CIENIE WSPÓŁPRACY Z LIDERAMI OPINII W
PRZESTRZENI WIRTUALNEJ**

MODERATOR: DR HAB. GRZEGORZ HAJDUK, PROF. UR

1. DR HAB. ANNA ŁASZKIEWICZ

2. DR KINGA STOPCZYŃSKA

3. DR NATALIA BUCZYŃSKA-PIZOŃ

4. MGR ANNA TARASKA-MAZURKIEWICZ

5. MGR JOANNA SOBURA

CZAS NA DYSKUSJĘ

15.30

ZAKOŃCZENIE SEMINARIUM