

Rozwój metod i technik badawczych opartych na technologiach ICT

Program

- 08.15 – 09.00 **Rejestracja Uczestników**, poranna kawa - Foyer Inkubatora Medialno-Artystycznego
- 09.00 – 09.15 **Powitanie Uczestników i otwarcie Warsztatów** – Sala widowiskowa Inkubatora Medialno-Artystycznego
- 09.15 – 10.00 **Sesja inauguracyjna** – zaproszony referat: **dr hab. Ewa Jerzyk, prof. nadzw. UEP**, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, *Wyjść poza deklaracje badanych: Pomiar psychofizjologiczne i neuromarketing* – Sala widowiskowa Inkubatora Medialno-Artystycznego
- 10.00 – 10.15 **Przerwa kawowa** – Foyer Inkubatora Medialno-Artystycznego
- 10.15 – 11.45 **Sesja plenarna 1** – Sala widowiskowa Inkubatora Medialno-Artystycznego
prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta, Akademia Leona Koźmińskiego, *Metody i techniki badawcze a rozwój nowych obszarów badawczych*
prof. dr hab. Stanisław Kaczmarczyk, Uniwersytet Techniczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy, *Zalety i wady metod zbierania danych przez internet w badaniach marketingowych*
prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska, dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UE, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, *Metody i techniki badań marketingowych przez Internet – w kierunku większej profesjonalizacji*
dr Grażyna Golik-Górecka, Uniwersytet Łódzki, *Uwarunkowania stosowania metod i technik badawczych oraz ich wpływ na efektywność przedsiębiorstw.*
- 11.45 – 12.00 **Przerwa kawowa** – Foyer Inkubatora Medialno-Artystycznego
- 12.00 – 13.30 **Sesja plenarna 2** – Sala widowiskowa Inkubatora Medialno-Artystycznego
prof. dr hab. Adam Sagan, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, *Dynamiczne modele strukturalne w analizie intensywnych danych wzdłużnych*
dr hab. Radosław Mącik, prof. UMCS, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, *Wymuszanie udzielenia odpowiedzi w ankietach internetowych a kompletność uzyskanych danych*
mgr Rafał Muda, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, *Narzędzia internetowe wspomagające prowadzenie badań behawioralnych*
dr inż. Sylwia Badowska, Uniwersytet Gdański, *Porównanie postaw seniorów i generacji Y wobec innowacyjnego produktu - aspekty metodyczne pomiaru*
dr hab. Mirosława Kaczmarek, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, *Profile użytkowników bankowych serwisów transakcyjnych - podobieństwa i różnice pomiędzy klientami z generacji X i Y*
- 13.30 – 14.00 **Lunch** – Foyer Inkubatora Medialno-Artystycznego
- 14.00 – 15.30 **Sesja plenarna 3** – Sala widowiskowa Inkubatora Medialno-Artystycznego
dr Michał Kucia, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, *Modele hybrydowe CART-logit angażowania się klientów*
dr Agnieszka Surowiec, prof. dr hab. Witold Rzymowski, Politechnika Lubelska, *Wymiar fraktalny w analizie kursów walut*
dr Barbara Mróz-Gorgoń, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, *Zarządzanie marką szkół wyższych a lojalność konsumentów wobec marki - w świetle badań*
dr Kamila Szymańska, Uniwersytet Łódzki, *Tworzenie profili behawioralno-demograficznych klientów sklepów wielkopowierzchniowych jako efekt badań jakościowych*
mgr Krzysztof Raganowicz, mgr Olga Smalej, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, *Symbole miasta Lublina w percepcji mieszkańców w świetle badań ilościowych i jakościowych*
- 15.30 – 16.00 **Podsumowanie i zamknięcie Warsztatów** – prof. dr hab. Adam Sagan, dr hab. Radosław Mącik, prof. UMCS