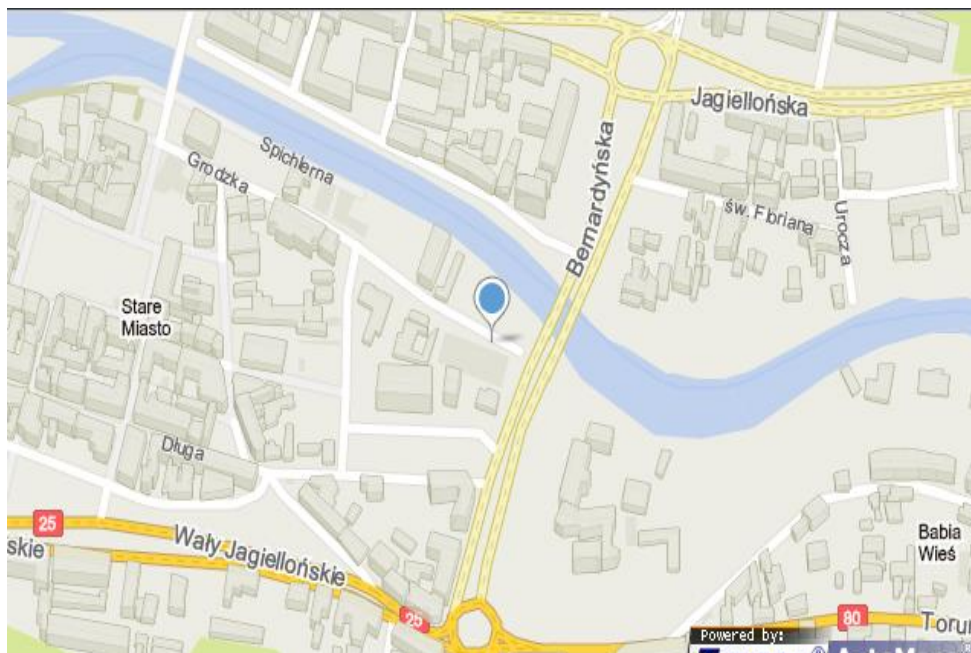


Adres i lokalizacja hotelu:
Hotel Holiday Inn Bydgoszcz
Ul. Grodzka 36, 85-109 Bydgoszcz
<http://www.holiday.hgb.com.pl>



Położenie hotelu to gwarancja szybkiego dostępu do wszystkich najważniejszych miejsc w Bydgoszczy. Dokładnie tam, gdzie bije kulturalne, biznesowe i komercyjne serce miasta. Tuż obok centrum kongresowego Opera Nova i Starego Miasta. Dogodna lokalizacja w samym sercu miasta.



MARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA
KUJAWSKO-POMORSKIEGO
Piotr Calbecki



Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy
im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich w Bydgoszczy



Sponsor konferencji:



II Konferencja Naukowa
z cyklu

Konkurencyjność i rozwój regionów w warunkach integracji europejskiej. Stan - Trendy - Strategie

w dniu 5 listopada 2015 r.
w Bydgoszczy

Organizatorzy:

Katedra Marketingu i Rozwoju Regionalnego
Wydział Zarządzania UTP w Bydgoszczy

oraz

Fundacja Innowacyjnego Rozwoju i Wiedzy
w Bydgoszczy

PROGRAM KONFERENCJI:

08.30 - 10.00 REJESTRACJA UCZESTNIKÓW, Hotel Holiday Inn,
ul. Grodzka 36, 85-109 Bydgoszcz

10.00 - 10.15 OTWARCIE KONFERENCJI

**10.15 - 11.45 SESJA I: UWARUNKOWANIA ROZWOJU I
KONKURENCYJNOŚCI REGIONU**

Przewodniczy: dr hab. Bartosz Mickiewicz, prof. nadzw. ZUT

1. Dr hab. Prof. Paweł Mickiewicz, Dr inż. Tomasz Rudnicki
Zarządzanie przestrzenią
2. dr hab. Grażyna Adamczyk-Łojewska, prof. nadzw. UTP
Konkurencyjność polskich regionów w zakresie przyciągania i wykorzystania kapitału zagranicznego dla celów rozwojowych
3. dr hab. Ewa Frąckiewicz, prof. US, mgr Adriana Ćwiertnia
Przedsiębiorczość internetowa polskich MSP a polityka cyfrowa Unii Europejskiej
4. dr hab. inż. Elżbieta Szymańska, prof. SGGW
Rozwój rynku żywności wieprzowego w Chinach
5. mgr Wioletta Zwara, dr Wiesława Gierańczyk
Zasoby ludzkie w działalności badawczo-rozwojowej w Polsce w ujęciu regionalnym
6. dr Wojciech Szyborski
Klasyfikacja jednostek terytorialnych do celów statystycznych (NUTS) jako instrument definiowania obszarów problemowych w Unii Europejskiej

11.45-12.10 PRZERWA KAWOWA

**12.10-13.40 SESJA II: MARKETING W BUDOWANIU
KONKURENCYJNOŚCI I ROZWOJU REGIONU**

Przewodniczy: dr hab. Ewa Frąckiewicz, prof. US

1. dr hab. Wiesław Ciechomski, prof. nadzw. UEP
Marketing terytorialny jako nowoczesna koncepcja kreowania wizerunku miast i regionów
2. dr hab. Krzysztof Andruszkiewicz, prof. nadzw. UTP
Produkcja żywności ekologicznej strategiczną szansą na wzrost konkurencyjności i rozwój regionu
3. dr hab. Iwona Posadzińska, prof. nadzw. UTP, lic. Daria Olszewska
Reklama zewnętrzna jako element przestrzeni miejskiej
4. dr inż. Ewa Koreleska
Proces tworzenia marek ekologicznych oraz ich atrybutów w Austrii, Szwajcarii oraz w Niemczech

5. dr Maciej Schulz

Rola promocji pośredniej w kształtowaniu wizerunku miast

6. mgr Aldona Lipka

Postacie historyczne jako źródło przewagi konkurencyjnej regionu

13.40-14.40 OBIAD W RESTAURACJI HOTELOWEJ

14.40-16.00 SESJA III: WSPÓŁCZESNE PROBLEMY MARKETINGU

Przewodniczy: dr hab. Wiesław Ciechomski, prof. nadzw. UEP

1. Dr hab. Lech Nieżurawski, prof. nadzw. WSB, dr hab. Czesława Sobków, prof. nadzw. WSB
Reklama kontrowersyjna i jej skuteczność w opinii klientów
2. Dr Marcin Lewicki
Reguła niedostępności w handlu elektronicznym
3. mgr Katarzyna Pietrkiewicz, dr inż. Małgorzata Zajdel, dr inż. Małgorzata Michalcewicz-Kaniowska
Wdrażanie programu "Owoce i warzywa w szkole" jako element profilaktyki zdrowotnej w Polsce
4. dr inż. Anna Murawska
Zróżnicowanie i uwarunkowania poziomu bezrobocia w miastach wojewódzkich w Polsce
5. dr Krzysztof Śmiatacz, dr Bożena Pawłowska, dr Justyna Witkowska
Satysfakcja interesariuszy w procesie rozwoju organizacji
6. Natalia Buchalska, Adrianna Lis, Magdalena Mrówczyńska
Rola promocji zdrowia i profilaktyki onkologicznej
7. mgr Małgorzata Grabowska, dr inż. Małgorzata Michalcewicz-Kaniowska, dr inż. Małgorzata Zajdel
Działania crowdsourcingowe jako innowacyjna metoda wykorzystania wiedzy tłumu
8. mgr Anna Nowakowska, dr Lidia Nowakowska, dr Zofia Zgoda
Prawne i polityczne znaczenie partnerstwa publiczno - prywatnego jako instrumentu rozwoju regionalnego
9. Wiktoria Plucińska, Michalina Połubińska
Postawy nabywców wobec produktów markowych- weryfikacja empiryczna
10. inż. Magdalena Hebda
Analiza dynamiki zmian wielkości produkcji tworzyw sztucznych regionie, Europie i na świecie

16.00-16.15 ZAKOŃCZENIE KONFERENCJI

UWAGA: Maksymalny czas wystąpienia wynosi 15 minut.