



**Biogram naukowca w ramach projektu na Międzyuczelniane Zespoły Badawcze  
Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu**

*\*pola nieobowiązkowe*

DANE KONTAKTOWE	
Tytuł/stopień naukowy	Dr
Imię i nazwisko	Beata Marciniak
Adres e-mail	bmarci@sgh.waw.pl
Research ID* Numer ORCID* Profil ResearchGate*	--- orcid.org/0000-0002-5434-9174 <a href="https://www.researchgate.net/profile/Beata_Marciniak3">https://www.researchgate.net/profile/Beata_Marciniak3</a>
Główna dyscyplina naukowa	Nauki o zarządzaniu i jakości
Subdyscyplina (wg NCN)	Ekonomia behawioralna, konsumpcja i zachowania konsumentów, marketing
Katedra/Jednostka organizacyjna	Katedra Rynku, Marketingu i Jakości, Kolegium Zarządzania i Finansów
PROPOZYCJA WSPÓŁPRACY	
Propozycja współpracy w zakresie projektu (opis do 1500 znaków)	<p>Zmniejszenie wpływu produkcji żywności na środowisko jest częścią planu działania na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym Komisji Europejskiej. Wraz z produkcją żywności pojawia się problem marnotrawienia żywności i zagospodarowania powstających produktów ubocznych i odpadów. Zawierają one cenne składniki, które można odzyskać i ponownie zagospodarować. Obiecującym rozwiązaniem wskazanych problemów jest żywność z recyklingu. Konieczność racjonalnego zagospodarowania produktów ubocznych przetwórstwa spożywczego wpisuje się ideę zrównoważonego gospodarowania, wyznacza obszar dla podjęcia badań naukowych o znaczeniu poznawczo-aplikacyjnym.</p> <p>Z ekonomicznego punktu widzenia istotne jest znalezienie rynku zbytu dla zmarnowanych produktów, przy akceptacji konsumentów, która zależy w dużej mierze od smaku, wygody i ceny. Zrozumienie postrzegania przez konsumentów żywności poddanej upcyklingowi jest niezbędne w celu wprowadzenia na rynek tej żywności. Co więcej, biorąc pod uwagę niekonwencjonalne składniki używane do produkcji żywności z recyklingu, konsumenci mogą się wahać przed zakupem takich produktów żywność z powodu obawy o ich jakość. Żywność ta jest tak samo wartościowa jak pozostała, wyprodukowana w</p>



	<p>„tradycyjny” sposób bez wykorzystania produktów odpadowych. Celem projektu jest zbadanie poziomu wiedzy, oraz określenie podejścia i świadomości konsumentów nt. żywności o cechach funkcjonalnych na bazie produktów ubocznych m. in z przetwórstwa owoców i warzyw. Badania pozwolą uzyskać odpowiedź na pytania: jakie jest poziom wiedzy konsumentów w zakresie upcyklingu żywności, czy jest konieczne znakowanie i certyfikowanie powstałych produktów, jeśli tak to w jaki sposób?</p>
<p>Poszukiwane kompetencje, umiejętności, wiedza</p>	<p>- badania marketingowe konsumentów - prowadzenie wywiadów jakościowych (FGI, IDI) - analiza danych jakościowych (MaxQda)</p>
<p>Obszar obecnych zainteresowań naukowych</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologiczne uwarunkowania postępowania konsumentów</li> <li>• Analiza danych jakościowych - tradycyjna i z wykorzystaniem narzędzi CAQDAS</li> <li>• Analiza procesów grupowych w badaniach jakościowych</li> </ul>
<p><b>POSIADANE KOMPETENCJE</b></p>	
<p>Trzy wybrane publikacje naukowe (jeśli dostępne, proszę o link do źródeł on-line)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. B. Marciniak, K. Archanowicz-Kudelska (2022), Badania jakościowe w naukach społecznych – teoretyczne i praktyczne aspekty [w:] Teoretyczne i praktyczne aspekty w naukach ekonomicznych, pod red. J. Wielgórskiej-Leszczyńskiej, M. Matuszewicza, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa, s. 259-292.</li> <li>2. J. Brdulak, S. Gregorczyk, J. Lewicki, B. Marciniak, M. Pietrzak (2023), Sposób postrzegania lidera przez studentów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie [w:] Teoretyczne i praktyczne aspekty w naukach ekonomicznych, pod red. J. Wielgórskiej-Leszczyńskiej, M. Matuszewicza, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa, s. 99-117.</li> <li>3. B. Marciniak, W. Trzebiński (2020), Technika odwróconego ladderingu jako sposób badania wiedzy konsumenta o produkcie, [w:] Badania marketingowe wobec nowych trendów w otoczeniu, pod red. K. Mazurek-Łopacińskiej, M. Sobocińskiej, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, s. 125-144.</li> <li>4. M. Karpinska-Krakowiak, W. Trzebiński, H. Lim, B. Marciniak (2023). The dis-matching effect: How argumentation type and message design influence persuasion for emerging technology products, Journal of Business Research, vol. 168, DOI: 10.1016/j.jbusres.2023.114207</li> </ol>
<p>Trzy wybrane projekty naukowe (jeśli dostępne, proszę o link do źródeł on-line)</p>	<p>---</p>



Metody wykorzystywane w projekcie: <ul style="list-style-type: none"><li>ilościowe (jakie?)</li><li>jakościowe (jakie?)</li><li>inne (jakie?)</li></ul>	Badania marketingowe Analiza treści (MaxQda) Analiza statystyczna danych (SPSS)
Chęć współpracy w roli: <ul style="list-style-type: none"><li>kierownika projektu</li><li>wykonawcy</li></ul>	Wykonawca
Inne umiejętności i kwalifikacje*:	Znajomość MaxQda, nVivo, SPSS
<p>✓ Zgadzam się na publikację moich danych podanych w powyższym formularzu na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu w związku ze zgłoszeniem chęci udziału w konkursie na badania naukowe realizowane przez te uczelnie.</p>	
Warszawa, 06.10.2023 <i>(Miejsce, data)</i>	Beata Marciniak <i>(Podpis tylko komputerowy)</i>



## Informacja o przetwarzaniu danych osobowych

### 1. Współadministratorzy

Współadministratorami danych osobowych są: 1) Szkoła Główna Handlowa w Warszawie z siedzibą przy al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa, zwana dalej SGH, oraz 2) Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu z siedzibą przy ul. Komandorskiej 118/120, 53-345 Wrocław, zwany dalej UEW.

### 2. Inspektor Ochrony Danych

Współadministratorzy wyznaczyli Inspektorów Ochrony Danych, z którymi można skontaktować się: 1) w przypadku SGH – poprzez e-mail: [iod@sgh.waw.pl](mailto:iod@sgh.waw.pl); 2) w przypadku UEW - poprzez e-mail [iod@ue.wroc.pl](mailto:iod@ue.wroc.pl)

### 3. Cel i podstawa prawna przetwarzania danych

Dane osobowe będą przetwarzane w celu przeprowadzenia konkursu, w wyniku którego mogą być przyznane środki finansowe na badania naukowe. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. e RODO<sup>1</sup> (przetwarzanie jest niezbędne do wykonania zadania realizowanego w interesie publicznym) w związku z ustawą z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce<sup>2</sup>.

Dane osobowe będą przetwarzane w celu publikacji Pani/Pana biogramu na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, jeśli wyrazi Pani/Pan na to zgodę. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych w tym celu jest art. 6 ust. 1 lit. a RODO.

### 4. Dobrowolność podania danych

Podanie danych jest dobrowolne, jednak konieczne do wzięcia udziału w konkursie.

### 5. Odbiorcy danych

W przypadku korzystania przez Administratora z usług innych podmiotów, dane osobowe mogą być im ujawnione na podstawie umów powierzenia przetwarzania danych osobowych, a podmioty te będą zobowiązane do zachowania poufności przetwarzanych danych.

Dane osobowe mogą być opublikowane na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

### 6. Czas przetwarzania danych

Dane osobowe członków międzyuczelnianych zespołów badawczych będą przetwarzane przez okres przeprowadzenia oceny wniosków, badań naukowych, a następnie wieczyste w celu archiwalnym. W zakresie przetwarzania danych

<sup>1</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 4 maja 2016 r., s. 1, ze zm.).

<sup>2</sup> Dz. U. z 2018 r. poz. 1666 ze zm.



osobowych w celu publikacji na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, dane osobowe będą przetwarzane do momentu publikacji wyników (31.01.2020) lub do momentu wycofania zgody na przetwarzanie.

#### 7. Prawa związane z przetwarzaniem danych

Przysługuje Pani/Panu prawo dostępu do danych, ich sprostowania, ograniczenia przetwarzania, a także prawo do wniesienia sprzeciwu z przyczyn związanych z Pani/Pana szczególną sytuacją. Pani/Pana dane osobowe nie będą podlegały profilowaniu ani – na podstawie tych danych – nie będą podejmowane decyzje w sposób zautomatyzowany.

W zakresie, w jakim podstawą przetwarzania jest Pani/Pana zgoda, może ją Pani/Pan wycofać w dowolnym momencie, co nie będzie wpływało na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano przed jej cofnięciem.

#### 8. Prawo wniesienia skargi

Przysługuje Pani/Panu prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, iż przetwarzanie Pani/Pana danych osobowych narusza RODO.