



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

*\*pola nieobowiązkowe*

<b>DANE KONTAKTOWE</b>	
Tytuł/stopień naukowy	doktor
Imię i nazwisko	Wojciech Trzebiński
Adres e-mail	wtrzebi@sgh.waw.pl
Research ID* Numer ORCID* Profil ResearchGate*	ORCID: 0000-0002-5760-6519 Research Gate: <a href="https://www.researchgate.net/profile/WojciechTrzebinski">https://www.researchgate.net/profile/WojciechTrzebinski</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
<b>PROPOZYCJA WSPÓLPRACY</b>	
Propozycja współpracy w zakresie projektu (opis do 1500 znaków)	Proponowane obszary tematyczne wspólnego projektu: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) determinanty reakcji konsumentów na nowe technologie (w tym: treści prezentowane przez algorytmy sztucznej inteligencji, jak rekomendacje produktów czy porady)</li> <li>2) determinanty reakcji odbiorców na komunikację zdrowotną (np. promującą profilaktykę)</li> <li>3) specyfika regionalna w zachowaniach konsumenckich (np. rola tożsamości narodowej i europejskiej konsumentów).</li> </ol>
Poszukiwane kompetencje, umiejętności, wiedza	Znajomość kontekstu biznesowego w obszarze nowych technologii lub komunikacji zdrowotnej, lub znajomość specyfiki specyfiki regionalnej zachowań konsumenckich (np. w krajach Europy Środkowej).
Obszar obecnych zainteresowań naukowych	zachowania konsumenckie, mechanizmy reakcji konsumentów na komunikację marketingową i zdrowotną oraz nowe technologie



### POSIADANE KOMPETENCJE

<p>Trzy wybrane publikacje naukowe (jeśli dostępny, proszę o link do źródeł on-line)</p>	<p>Karpińska-Krakowiak, M. M., <b>Trzebiński, W.</b>, Lim, H., &amp; Marciniak, B. (2023). The dis-matching effect: How argumentation type and message design influence persuasion for emerging technology products. <i>Journal of Business Research</i>, 168, 114207.  <a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296323005660">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296323005660</a></p> <p><b>W. Trzebiński</b>, P. Gaczek, B. Marciniak, (2023). Is it better to communicate product information abstractly or concretely? The role of consumer product expertise and shopping-stage mindset, <i>Journal of Product &amp; Brand Management</i> 32(2), 273-285.  <a href="https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-05-2021-3470/full/html">https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-05-2021-3470/full/html</a></p> <p><b>W. Trzebiński</b>, B. Marciniak (2022). Recommender system information trustworthiness: The role of perceived ability to learn, self-extension, and intelligence cues, <i>Computers in Human Behavior Reports</i>, 6, 100193.  <a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958822000276">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958822000276</a></p>
<p>Trzy wybrane projekty naukowe (jeśli dostępny, proszę o link do źródeł on-line)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zastosowanie i skutki humoru w reklamie - próba wyjaśnienia różnic międzykulturowych, NCN, wykonawca (PI: prof. M. Karpińska-Krakowiak)</li> <li>• Sztuczna inteligencja w prezentacji produktów: wpływ na mechanizmy podejmowania decyzji przez konsumentów, NCN, PI</li> <li>• Consumer response to AI-generated product communication, subwencja MEiN, PI</li> </ul>
<p>Metody wykorzystywane w projekcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ilościowe (jakie?)</li> <li>• jakościowe (jakie?)</li> <li>• inne (jakie?)</li> </ul>	<p>Metody ilościowe: badania sondażowe, eksperymentalne, skale pomiarowe, analiza wariancji, analiza regresji, analiza mediacyjna i moderacyjna (PROCESS), analiza czynnikowa (EFA, CFA), modele strukturalne (SEM).</p>
<p>Chęć współpracy w roli:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kierownika projektu</li> <li>• wykonawcy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kierownika projektu</li> <li>• wykonawcy</li> </ul>
<p>Inne umiejętności i kwalifikacje*:</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.

Warszawa, 6/10/2023  
*(Miejsce, data)*

Wojciech Trzebiński  
*(Podpis tylko komputerowy)*



## **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.