



**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	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: https://www.researchgate.net/profile/Wojciech-Trzebinski
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 WSPÓLPRACY	
Propozycja współpracy w zakresie projektu (opis do 1500 znaków)	<p>Proponowane zakresy tematyczne projektu badawczego (do modyfikacji):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) mechanizmy formowania się postaw konsumenckich wobec szczepionek – rola światopoglądu konsumenta i jego cech indywidualnych oraz postrzeganej naturalności szczepionek 2) sztuczna inteligencja w rekomendacji produktów i poradach osobistych (<i>personal advice</i>) – mechanizmy perswazyjności i akceptacji przez konsumentów 3) rola tożsamości konsumenta (globalnej/europejskiej/polskiej) w reakcji na produkty i usługi. <p>Możliwość współpracy jako wykonawca przy projektach dotyczących mechanizmów zachowań konsumenckich w reakcji na działania marketingowe.</p>
Poszukiwane kompetencje, umiejętności, wiedza	<ul style="list-style-type: none"> - badania marketingowe - zachowania konsumenckie - analiza danych badawczych - marketing, technologie cyfrowe



<p>Obszar obecnych zainteresowań naukowych</p>	<p>Mechanizmy reakcji konsumentów na produkty i komunikację produktową (rekommendacje oparte na sztucznej inteligencji, szczepionki i komunikowanie szczepionek, reklama narracyjna, reklama oparta na humorze, eWOM) – rola postrzeganej inteligencji i antropomorfizmu systemu rekomendującego, cech światopoglądowych konsumenta (jak kolektywizm), rodzaju informacji o produkcie (np. odwołanie do motywów hedonistycznych vs. utylitarnych, korzyści vs. cech), sposobu prezentacji produktu (łącznie z innymi produktami lub oddzielnie), atrybucji przyczynowej, sposobu przetwarzania informacji przez konsumenta, zaangażowania w produkt, tożsamości konsumenta (globalna, europejska, polska), innych cech indywidualnych konsumenta i dystansu psychologicznego.</p>
<p>POSIADANE KOMPETENCJE</p>	
<p>Trzy wybrane publikacje naukowe (jeśli dostępny, proszę o link do źródeł on-line)</p>	<p>W. Trzebiński, 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</p> <p>W. Trzebiński, B. Marciniak (2022). There is no smoke without fire: How frequency information and the experience attribution make negative online restaurant reviews more harmful, <i>PLoS one</i>, 17 (7), e0271357</p> <p>J. Trzebiński, A. Potocka, W. Trzebiński, M. Krzysztoń (2021). Willingness to Vaccinate against COVID-19: The Role of Assumptions on the World's Orderliness and Positivity, <i>Journal of Loss & Trauma</i>, 26(8), 697-713</p>
<p>Trzy wybrane projekty naukowe (jeśli dostępny, proszę o link do źródeł on-line)</p>	<p>NCN nr 2018/02/X/HS4/03328, Sztuczna inteligencja w prezentacji produktów: wpływ na mechanizmy podejmowania decyzji przez konsumentów</p> <p>Subwencja badawcza KZiF/S22/1.58, The effects of collectivism on consumer attitudes toward vaccines</p> <p>Subwencja badawcza KZiF/S20/1.49, Persuasiveness of joint and separate presentation of product alternatives</p>
<p>Metody wykorzystywane w projekcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ilościowe (jakie?) • jakościowe (jakie?) • inne (jakie?) 	<p>Metody ilościowe: badania sondażowe, eksperymentalne, skale pomiarowe, analiza wariancji, analiza regresji, analiza mediacyjna i moderacyjna (PROCESS), analiza czynnikowa (EFA, CFA), modele strukturalne.</p>
<p>Chęć współpracy w roli:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kierownika projektu • wykonawcy 	<ul style="list-style-type: none"> • kierownika projektu • wykonawcy



Inne umiejętności i kwalifikacje*:

- ✓ 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, 30 sierpnia 2022
(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; 2) w przypadku UEW - poprzez e-mail 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 RODO¹ (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 nauce².

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

¹ 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.).

² 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.