

KONFERENCJA „PLATFORMY CYFROWE”

organizowana przez AI Lab SGH we współpracy z DELab UW

Środa, 11 grudnia 2024 r

10.00-10.10 **Otwarcie konferencji** – dr hab. Tymoteusz Doligalski, dr hab. Michał Goliński, SGH

10.10-11.00 **Debata panelowa „Jak badać platformy cyfrowe w naukach ekonomicznych?”**

dr hab. Milena Ratajczak-Mrozek, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

dr hab. Piotr Siuda, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

dr Szymon Mazurek, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

prof. dr hab. Bogdan Mróz, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

dr hab. Tymoteusz Doligalski, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie (moderacja)

11.00-12.00 **Model biznesu platform cyfrowych** (moderacja: dr hab. Tymoteusz Doligalski, SGH)

Cyfrowe platformy pracy – dylematy instytucjonalne – dr hab. Izabela Ostoj, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Satysfakcja klienta w kontekście ograniczania konkurencyjności rynku elektronicznego przez platformy cyfrowe na przykładzie Amazon.com – dr Radosław Szulc, UWM w Olsztynie

"Wziąć sprawy w swoje ręce!" - Kooperatywy platformowe w Polsce – mgr Weronika Skorupska, Szkoła Doktorska Nauk Społecznych Uniwersytet Warszawski

Architektura, funkcjonowanie, rozwój i modelowanie platform cyfrowych wykorzystywanych w dydaktyce przedmiotów ekonomicznych na przykładzie rachunkowości

– dr inż. Joanna Nowicka, Akademia Nauk Stosowanych Angelusa Silesiusa w Wałbrzychu

11.00-12.00 **Platformy a marketing** (moderacja: dr Elżbieta Wąsowicz-Zaborek, SGH)

Technologie marketingowe w przedsiębiorstwach w Polsce – Edyta Barmentloo, Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski

Konsekwencje rozwoju platform streamingowych dla instytucji kultury i prowadzonych przez nie działań marketingowych – dr hab. Magdalena Sobocińska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Kulturowe uwarunkowania reakcji użytkowników na systemy rekomendacyjne

– dr Wojciech Trzebiński, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Strategie komunikacji polskich instytucji kultury na platformie TikTok a zaangażowanie użytkowników – mgr Martyna Fira, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

12.00-13.00 **Ujęcie branżowe platform cyfrowych** (moderacja Michał Paliński, DELab UW)

Rola platform cyfrowych w rekrutacji pacjentów do badań klinicznych: przypadek clinicalTrials.eu – dr n. farm. Łukasz Izbicki, CTIN Poland sp. z o. o., Łukasz Więch, MD

Rola platform cyfrowych w rozwoju łańcuchów dostaw w gospodarce o obiegu zamkniętym – dr hab. Barbara Ocicka, dr Jolanta Turek, SGH

Wpływ intensywności cyfrowej i wykorzystania mediów społecznościowych na sprzedaż e-commerce w małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach – mgr Wojciech Nowakowski, DELAB UW

Ekonomiczne aspekty wykorzystania AI na niedobory radiologów i koszty diagnostyki w Polsce – mgr Paweł Mańdok, Uniwersytet Wrocławski/SGH

12.00-13.00 **Platformy cyfrowe w perspektywie finansów** (moderacja dr hab. Agata Adamska, SGH)

Wpływ technologii cyfrowych na sektor finansowy: rola sztucznej inteligencji – prof dr hab. Małgorzata Pawłowska SGH

Ewolucja polskiego ekosystemu finansowania startupów z wykorzystaniem platform cyfrowych – mgr Piotr Majewski, mgr Jolanta Bartoszevska SGH

Zachowania prospołeczne na platformach crowdfundingowych: transparentność i altruizm – dr hab. Julia Włodarczyk, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Analiza powodów i opłacalności inwestycji w generatywną sztuczną inteligencję przez GAMAM – Ksawery Tyzo, SGH

13.00-14.00 **Big tech, big trouble?** (moderacja dr hab. Michał Goliński, SGH)

Bigtechy. Dylematy regulacji i konkurencji w rozwoju AI – prof. dr hab. Włodzimierz Szpringer, SGH

Wpływ regulacji prawnych na działalność platform strażników dostępu – dr Małgorzata Godlewska, SGH

Preferowanie własnej sprzedaży jako forma nadużywania pozycji dominującej przez platformy handlu elektronicznego – Bartosz Targański, SGH

Analiza przestrzegania prawa konkurencji i ochrony konsumentów na platformach sprzedażowych – mgr inż. Kamil Harla, SGH / PKO BP

13.00-14.00 **AI i Metaverse** (moderacja dr Marcin Kowalczyk, UWM)

Od księgarni internetowej do globalnej platformy: transformacja wykładnicza Amazona aż po Big Data i AI – mgr Grabowska Anna, Szkoła Doktorska Nauk Społecznych, Uniwersytet Jagielloński

Przyszłość Cyfrowego Świata: Internet 4.0, Metaverse i Teoria Martwego Internetu – mgr Kruk Krystian, doktorant Akademii WSB

Metaverse jako platforma dla innowacji: wykorzystanie potencjału i gotowości przez różne typy organizacji – mgr Siejka Aneta, SGH

Reklama w metaverse. Perspektywa platform - dr hab. Tymoteusz Doligalski, SGH, dr Nikodem Sarna, ALK, dr Bernadett Koles, SKEMA, Business School, mgr Aneta Siejka, SGH, dr hab. Robert Kozielski, UŁ

Uwagi techniczne:

1. Konferencja odbędzie się 11 grudnia w godz. 10.00-14.00
2. Konferencja odbędzie się w sposób zdalny z wykorzystaniem oprogramowania MS Teams.
3. Linki do uczestnictwa w konferencji zostaną wysłane e-mailem do zarejestrowanych osób.
4. Nie trzeba przysyłać wcześniej prezentacji.
5. Konferencja będzie nagrywana. Nagranie zostanie przekazane uczestnikom i zainteresowanym osobom.
6. Długość prezentacji to 10 minut. Podobnie jak podczas poprzedniej edycji konferencji, zachęcamy do krótkiego przedstawienia się w kontekście badania platform.