

Wizytówka naukowa kandydata na promotora

maksymalnie 2 strony – powinna to być synteza najważniejszych elementów dorobku

Imię i nazwisko, stopień, tytuł naukowy: dr hab. Hanna Górską-Warsewicz, prof. SGGW	
Dyscyplina naukowa/dyscypliny naukowe	Nauki o zarządzaniu i jakości
Rozwój zawodowy (stopnie i tytuły naukowe) chronologicznie	<p>2012 – doktor habilitowany nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu, Uniwersytet Warszawski</p> <p>1999 – doktor nauk rolniczych w zakresie technologii żywności i żywienia, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego</p> <p>1997 – magister w zakresie zarządzania, specjalność: zarządzanie finansami, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski</p> <p>1994 – magister inżynier w zakresie technologii żywności, specjalność ekonomika żywienia (gospodarki żywnościowej), Wydział Żywienia Człowieka, SGGW</p>
Najważniejsze publikacje/patenty/ z ostatnich 3 lat (maksymalnie 10)	<ol style="list-style-type: none"> Górską-Warsewicz H. (2024), Reputacja i kapitał marek korporacyjnych, Wyd. PWN, Warszawa Górską-Warsewicz H., Czeczotko M., (red) (2019), Przedsiębiorczość w nauce i praktyce: zarządzanie, finanse, rynek, Wyd. SGGW Górską-Warsewicz H., Krawczyk A., Dębski M. (2024), Trust-based communication of the most valuable corporate brands, (in:) Paliszkiewicz J., Guerrero C., Jose L., Communication, Leadership and Trust in Organizations, Routledge Taylor & Francis Group Górską-Warsewicz H., Consumer or Patient Determinants of Hospital Brand Equity – A Systematic Literature Review, International Journal of Environmental Research and Public Health 2022, 19 (5), 9026 Czeczotko M., Górską-Warsewicz H., Zaremba R., Health and Non-Health Determinants of Consumer Behavior towards Private Label Products – A Systematic Literature Review, International Journal of Environmental Research and Public Health 2022, 19 (3), 1768 Czeczotko M., Górską-Warsewicz H., Laskowski W., Towards Sustainable Private Labels in Autonomous Community during COVID-19 —Analysis of Consumer Behavior and Perception on the Example of Tenerife, Sustainability 2021, 13 (13), 7467 Górską-Warsewicz H., Dębski M., Fabuš M., Kováč M., Green Brand Equity – Empirical Experience from a Systematic Review, Sustainability 2021, 13 (20), 11130 Czeczotko M., Górską-Warsewicz H., Laskowski W., Towards Sustainable Private Labels—What is the Consumer Behavior Relating to Private Labels in the UK and Poland? Sustainability 2020, 12 (15), 1-18 Górską-Warsewicz H., Kulykovets O., Hotel Brand Loyalty—A Systematic Literature Review, Sustainability 2020, 12 (12), 4810, 1-34 Górską-Warsewicz H., Factors Determining City Brand Equity—A Systematic Literature Review, Sustainability 2020, 12 (19), 1-35
Doświadczenie w pracy z doktorantami (obronione doktoraty, wszczęte	<ul style="list-style-type: none"> Stangierska Dagmara – Tożsamość i wizerunek przedsiębiorstw na rynku usług gastronomicznych – nauki o ekonomiczne w zakresie nauk o zarządzaniu – 2016 (obrona), Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego Kulykovets Olena – Lokowanie produktów jako narzędzie komunikacji marketingowej w sektorze żywności – nauki o społeczne w zakresie nauk

<p>przewody/postępowania), chronologicznie</p>	<p>o zarządzaniu i jakości – 2022 (obrona), Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Czeczotko Maksymilian – Zachowania konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych w kategorii produktów żywnościowych w wybranych krajach europejskich – nauki rolnicze w zakresie technologii żywności i żywienia – 2022 (obrona), Instytut Nauk o Żywieniu Człowieka, SGGW w Warszawie • Ganczewski Maksymilian – Life cycle approach as a sustainability framework for organisational product management – nauki o społeczne w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości – Akademia Leona Koźmińskiego (w trakcie recenzji) • Bartosz Kwiatkowski – Uwarunkowania rozwoju zrównoważonych innowacji produktowych – perspektywa producenta i konsumenta – nauki o społeczne w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości, Szkoła Doktorska SGGW (IV rok)
<p>Dorobek projektowy/grantowy (z ostatnich 10 lat)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2013-2015: BIOPRODUKTY, innowacyjne technologie wytwarzania prozdrowotnych produktów piekarskich i makaronu o obniżonej kaloryczności; Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka POIG.01.03.01-14-041/12 • 2014: AGRI-2013_EVAL-03, Contact notice 2013/S 140-242799, IERiGŻ PIW „Study on mandatory origin labelling for milk, milk used as an ingredient in dairy products and unprocessed meat other than beef, pig, poultry sheep and goat meat” • 2017, 2019, 2023: Marketing, promocja oraz analiza rynku, analiza rynku produkcji ekologicznej w Polsce, w tym określenie szans i barier dla rozwoju tego sektora produkcji; Projekt finansowany ze środków Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na podstawie § 8 ust. 6 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 29 lipca 2015 r. (Dz. U. 2015 poz. 1170). Decyzja z dnia 26.05.2017r (sygnatura HOR.re.027.6.2017), decyzja z dnia 26.04.2019, decyzja z 19 kwietnia 2023, DEJ.re.027.5.2023; • 2018-2020 (01-31.12.2020): Sukces z natury – kompleksowy program podniesienia jakości zarządzania procesem kształcenia i jakości nauczania Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie POWR.03.05.00-00-Z033/17 w ramach zadania 13 • 2020/2021, 2019/2020 i 2018/2019: Praktyczne studia i nowoczesne zarządzanie - zintegrowany program rozwoju uczelni. POWR.03.05.00-00-Z027/18 Projekt realizowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego (WSB W-wa)) • Zadanie badawcze pt. Przeprowadzenie badań naukowych z zakresu żywienia dzieci i młodzieży oraz opracowanie i wdrożenie programu edukacji żywieniowej uczniów klas I-VI szkół podstawowych. Akronim: Junior – Edu-Żywnienie (JEŻ) na podstawie umowy z Ministerstwem Edukacji i Nauki nr MEiN/2022/DPI?96 z dnia 7.03.2022, wykonawca: Instytut Nauk o Żywieniu Człowieka SGGW i Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH PIB • 2019: Zarządzanie kapitałem marek proekologicznych – projekt realizowany we współpracy z School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, w 2019 roku. • 2022: Komunikacja marketingowa najcenniejszych marek świata – projekt realizowany w ramach współpracy między Społeczną Akademią Nauk a Amsterdam University of Applied Sciences (Amsterdam School of International Business) w 2022 roku, • 2022: Lojalność i zaufanie jako element kapitału marki – projekt realizowany w ramach współpracy między Społeczną Akademią Nauk a Amsterdam University of Applied Sciences (Amsterdam School of International Business)
<p>Zakres tematyczny – problem badawczy – do rozwiązania, którego poszukuje się doktoranta</p>	<p>Zarządzanie markami w przedsiębiorstwach produkcyjnych, usługowych, handlowych w kontekście rozwoju nowych produktów i sytuacji kryzysowych</p> <p>Zarządzanie markami w korporacjach międzynarodowych w kontekście rozwoju nowych produktów i sytuacji kryzysowych</p>
<p><u>Dane kontaktowe:</u> Instytut Adres e-mail Telefon</p>	<p>Instytut Zarządzania Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Bud. 35, pokój 224 hanna_gorska-warsewicz@sggw.edu.pl</p>

