



MIĘDZYUCZELNIANE GRANTY BADAWCZE

**Biogram naukowca w ramach projektu na Międzyuczelniane Zespoły Badawcze
Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu,
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu,
Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach**

**pola nieobowiązkowe*

NAZWA UCZELNI	
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach	
Katedra/Jednostka organizacyjna	Katedra Zarządzania Marketingowego i Turystyki/Szkoła Doktorska
DANE KONTAKTOWE	
Tytuł/stopień naukowy	magister
Imię i nazwisko	Katarzyna Sytniewska
Adres e-mail	katarzyna.sytniewska@edu.uekat.pl
Research ID* Numer ORCID* Profil ResearchGate*	ORCID: 0009-0006-2993-5928 ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Katarzyna-Sytniewska
Główna dyscyplina naukowa	Nauki o zarządzaniu i jakości

POSIADANE KOMPETENCJE	
Obszar obecnych zainteresowań naukowych	- marketing społecznie odpowiedzialny i zrównoważony - odpowiedzialne i zrównoważone praktyki firm kosmetycznych - strategie marketingowe w branży kosmetycznej - opakowania kosmetyków - zarządzanie marką - komunikacja marketingowa firm kosmetycznych - analiza postaw, preferencji i zachowań konsumentów - oczekiwania konsumentów firm kosmetycznych - wartość dla klienta - adaptacyjność branży kosmetycznej

	- zastosowanie metody studium przypadku w naukach o zarządzaniu i jakości
Trzy wybrane publikacje naukowe (jeśli są dostępne on-line, proszę podać link do źródła)	• K. Sytniewska, „Rola komunikacji marketingowej w branży kosmetycznej” w: „E-commerce i marketing internetowy w kształtowaniu zachowań konsumentów”, w: D. Tokarski, A. Sawicki (red.), „E-commerce i marketing internetowy w kształtowaniu zachowań konsumentów”, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź 2025, s. 81-103 https://monografie.san.edu.pl/wp-content/uploads/2025/09/E-commerce-i-marketing-165x235-WWW.pdf • K. Sytniewska, „Archetypy marki w instytucjach kultury jako narzędzie adaptacyjności” w: A. Kwiecień, A. Nocoń (red.), „Biznes w kulturze - kultura w biznesie. Adaptacyjność jednostek kultury”, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2025, s. 35-46. https://sbc.org.pl/dlibra/publication/1052925 • K. Sytniewska, „Studium przypadku jako metoda badawcza w naukach o zarządzaniu” w: Ł. Sułkowski, J. Dzieńdziora (red.), „Współczesne koncepcje w naukach społecznych i technicznych - badania młodych naukowców”, Akademia WSB, Dąbrowa Górnicza 2024, s. 411-422. https://wsb.edu.pl/nauka-i-badania/wydawnictwo/aktualnosci/wspolczesne-koncepcje-w-naukach-spoecznych-i-technicznych-badania-mlodych-naukowcow.html
Trzy wybrane projekty naukowe (jeśli są dostępne online, proszę podać link do źródła)	Udział w badaniach Katedry Zarządzania Marketingowego i Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach „Adaptacyjność podmiotów rynkowych w warunkach hiperturbulentnych zmian - ujęcie sektorowe”; etap 3: opracowanie artykułu naukowego zgodnego z tematem „Adaptacyjność podmiotów branży kosmetycznej w warunkach hiperturbulentnych zmian”
Metody wykorzystywane w badaniach: • ilościowe (jakie?) • jakościowe (jakie?) • inne (jakie?)	• studium przypadku • badania CAWI • systematyczny przegląd literatury • analiza danych zastanych • testy nieparametryczne
Inne umiejętności i kompetencje*:	• Znajomość specyfikacji branży kosmetycznej w Polsce, • Znajomość modeli marketingowych, m.in. AIDA czy STDC, • Znajomość programów R i WordCloud,

	• Znajomość trendów rynkowych kluczowych dla firm kosmetycznych, • Umiejętność prezentowania wyników badań, • Wiedza z zakresu marketingu cyfrowego i narzędzi online
--	---

PROPOZYCJA WSPÓŁPRACY	
Propozycja współpracy w zakresie projektu (opis do 1500 znaków)	Oferuję zaangażowanie w realizację projektu na etapie badań empirycznych, analizy wyników oraz opracowania publikacji naukowych. Moje doświadczenia i zainteresowania badawcze mogą wnieść istotną wartość do realizacji projektu dotyczącego zachowań konsumentów, a także dostosowywania oferty marketingowej przedsiębiorstw do zmieniających się oczekiwań nabywców. Wiedza z zakresu marketingu społecznie odpowiedzialnego i zrównoważonych działań pozwala mi analizować, w jaki sposób firmy, szczególnie z branży kosmetycznej, integrują cele biznesowe z potrzebami konsumentów i środowiska. Badania mogą także koncentrować się na kwestii wpływu poszczególnych elementów (np. opakowania, komunikacja marketingowa) na decyzje zakupowe zarówno w handlu tradycyjnym i online. W ten sposób mógłby powstać model analizy zachowań konsumentów w odniesieniu do wielokanałowego środowiska zakupowego oraz opracowanie na temat oceny skuteczności działań marketingowych w różnych punktach styku z klientem. Dodatkowo, posiadam doświadczenie w prowadzeniu badań jakościowych i ilościowych. Wykorzystanie w projekcie metody studium przypadku nie tylko mogłoby wesprzeć interdyscyplinarny charakter badań, ale przede wszystkim umożliwić sformułowanie rekomendacji dla praktyki biznesowej.
Deklaracja współpracy w projekcie: • jako kierownik projektu • jako wykonawca	Deklaruję współpracę jako wykonawca projektu
Poszukiwane kompetencje, umiejętności, wiedza	- umiejętność prowadzenia badań jakościowych i ilościowych, - znajomość trendów konsumenckich, - wiedza z zakresu CSR i zrównoważonego rozwoju - wiedza z zakresu komunikacji marketingowej,

	- podstawowa wiedza na temat branży kosmetycznej i rynku kosmetycznego, - metody pomiaru satysfakcji klientów,
--	---

☒ **Zgadzam się na publikację moich danych podanych w powyższym formularzu na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach w związku ze zgłoszeniem chęci udziału w konkursie na badania naukowe realizowane przez te uczelnie.**

.....Katowice, 16.10.2025.....
(Miejsce, data)

.....Katarzyna Sytniewska.....
(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, 2) Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu z siedzibą przy ul. Komandorskiej 118/120, 53-345 Wrocław, zwany dalej UEW, 3) Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie z siedzibą przy ul. Rakowickiej 27, 31-510 Kraków, zwany dalej UEK, 4) Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu z siedzibą przy Al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, zwany dalej UEP oraz 5) Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach z siedzibą przy ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice, zwany dalej UEKat.

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) w przypadku UEK – iod@uek.krakow.pl; 4) w przypadku UEP – poprzez e-mail: rodo@ue.poznan.pl; 5) w przypadku UEKat – poprzez e-mail: iod@ue.katowice.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, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 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, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

6. Czas przetwarzania danych

Dane osobowe członków międzyuczelnianych zespołów badawczych będą przetwarzane przez okres przeprowadzenia oceny wniosków, badań naukowych, a następnie wieczysto w celu archiwalnym. W zakresie przetwarzania danych osobowych w celu publikacji na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach dane osobowe będą przetwarzane do momentu publikacji wyników 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

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.

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.