

minib

[www.ilot.edu.pl/minib](http://www.ilot.edu.pl/minib)

# 10. europejskie forum marketingu instytucji naukowych i badawczych

7-8 listopada 2019 r.



**Komunikat 1**

Warszawa, maj 2019 r.

### PATRONAT HONOROWY



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

### RADA PROGRAMOWA

- prof. dr hab. Bogdan Sojkin, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska – Przewodniczący Rady Programowej
- prof. dr hab. Agnieszka Izabela Baruk, Politechnika Łódzka, Polska
- dr Marzena Feldy, Ośrodek Przetwarzania Informacji – Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa, Polska
- prof. Zoran Krupka, Uniwersytet Zagrzebski, Chorwacja
- dr hab. inż. Andrzej Leski, Sieć Badawcza Łukasiewicz – Instytut Lotnictwa, Warszawa, Polska
- prof. Petra Morschheuser, Baden-Wuerttemberg Cooperative State University Mosbach, Niemcy
- prof. dr Durdana Ozretic-Dosen, Uniwersytet Zagrzebski, Chorwacja
- prof. dr hab. Mirosława Pluta-Olearnik, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
- prof. Jörn Redler, Mainz University of Applied Sciences, Niemcy
- dr hab. Dariusz Tworzydło, Uniwersytet Warszawski, Polska
- prof. William Bradley Zehner II, The IC2 Institute at the University of Texas, USA

### ORGANIZATOR

Sieć Badawcza Łukasiewicz - Instytut Lotnictwa

### DATA FORUM

7-8 listopada 2019 roku

### MIEJSCE

Sieć Badawcza Łukasiewicz - Instytut Lotnictwa  
al. Krakowska 110/114  
02-256 Warszawa, Polska

### O FORUM

Celem Forum jest prezentacja najnowszych wyników badań oraz rozwiązań praktycznych stosowanych przez instytucje naukowe i badawcze. m.in. instytuty, uczelnie, parki technologiczne z całej Europy. Forum będzie znakomitą okazją do zaprezentowania przed gośćmi z Europy osiągnięć polskich naukowców, specjalistów od marketingu oraz praktyków w dziedzinie promowania nauki i innowacyjności.

Organizowane przez Sieć Badawczą Łukasiewicz - Instytut Lotnictwa Forum stwarza nie tylko okazję do wymiany poglądów i bezpośredniego spotkania z wiodącymi naukowcami z kraju i zagranicy, ale przede wszystkim daje możliwość poznania aktualnych trendów, nowych narzędzi i tym samym podniesienia wiedzy z zakresu marketingu instytucji naukowych i badawczych. Forum skierowane jest do:

- profesorów i wykładowców akademickich,
- pracowników działów marketingu instytucji naukowych i badawczych, uczelni, przedsiębiorstw, parków technologicznych,
- członków organizacji związanych z marketingiem,
- ekspertów i menadżerów zajmujących się marketingiem,

- studentów,
- każdej innej osoby zainteresowanej tematem Forum.

Program Forum obejmuje sesje tematyczne oraz warsztaty.

Językami forum będą polski i angielski. Wygłaszane referaty będą tłumaczone symultanicznie.

## GŁÓWNE OBSZARY TEMATYCZNE FORUM

### Narzędzia marketingowe instytucji naukowych i badawczych:

- E-mail marketing
- E-marketing instytucji naukowych i badawczych
- Strategie marketingowe w procesie walki z kryzysem ekonomicznym
- Strategie marketingu on-line
- Targi edukacyjne i targi pracy jako forma promocji
- Trendy w badaniach marketingowych
- Trendy i kierunek marketingu instytucji naukowych i badawczych
- Wdrażanie nowych strategii krajowych i międzynarodowych
- Narzędzia analityczne i badawcze w marketingu instytucji naukowych i badawczych
- Pozycjonowanie stron www w internecie

### Media społecznościowe:

- Facebook marketing trends
- Public relations w Internecie
- Ramy prawne marketingu w mediach społecznościowych
- Social media a SEO
- Nowe społeczności w marketingu
- Sieci społecznościowe i rekomendowanie najlepszych rozwiązań komunikacyjnych
- Social media to nie tylko Facebook
- Social media – blogi, fora, czaty

### Zarządzanie komunikacją marketingową:

- Badanie skuteczności i efektywności komunikacji marketingowej
- Budowanie pozytywnego wizerunku instytucji naukowych i badawczych
- Znaczenie marki w działalności organizacji naukowej
- Zarządzanie strategiczne w instytucji naukowej i badawczej w konfrontacji z polską praktyką gospodarczą
- Zarządzanie produktem w usługach badawczych
- Marketing nowych technologii
- Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) w teorii i praktyce
- Marketing B2B
- Marketing mobilny
- Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku instytucji naukowej
- Psychologia reklamy
- Media relations - efektywna współpraca z mediami
- Media trendy

### Wybrane obszary szczegółowe:

- Zarządzanie portfelem produktów/ofert instytucji naukowo - badawczej
- Celebryci w reklamie instytucji naukowych i badawczych
- Event marketing
- Doświadczenia agencji marketingu bezpośredniego
- Marketing w bibliotece naukowej
- Komerccjalizacja wyników badań
- Źródła finansowania badań naukowych
- Etyka w marketingu
- Korzyści wynikające ze współpracy instytucji naukowych z przedsiębiorstwami
- Kapitał intelektualny pracownika/ studenta jako źródło przewagi konkurencyjnej instytucji
- Marketing szkół wyższych
- Marketingowe uwarunkowania i skutki kryzysu w instytucji naukowej i badawczej
- Prawo autorskie w marketingu i reklamie

### UCZESTNICTWO W FORUM

#### Uczestniczyć w Forum można na dwa sposoby:

- czynny udział (zgłoszenie referatu, jego wygłoszenie i publikacja po akceptacji Rady Programowej)  
**rejestracja do 31 lipca 2019 roku.**  
Uczestnicy zakwalifikowani przez Radę Programową do wygłoszenia referatu są **zwolnieni z opłaty.**
- bierny udział.

### OPŁATY I TERMINY

OPŁATY I TERMINY	Wczesna rezerwacja	Standardowa stawka
	do 31 lipca '19	od 1 sierpnia '19
Udział w Forum	700 zł*/za osobę	1000 zł*/za osobę

\* Opłata nie zawiera podatku.

\* Opłata nie zawiera kosztów zakwaterowania i dojazdu.

Uczestnicy spotkania we własnym zakresie rezerwują oraz opłacają koszty zakwaterowania i dojazdu.

\*Opłata zawiera:

- udział w sesjach,
- udział w warsztatach,
- certyfikat udziału,
- przerwy kawowe & obiady.

Autorzy, którzy chcą zaprezentować referaty na Forum, jak również opublikować artykuł proszeni są o nadesłanie tytułu referatu w języku polskim i angielskim, abstraktów w języku polskim i angielskim (max. 400 słów) w jak najkrótszym czasie, nie później jednak niż **do 31 lipca 2019 roku.**

Dodatkowo prosimy o przesłanie 5-7 słów kluczowych oraz noty biograficznej w języku polskim i angielskim.

Wszystkie nadesłane abstrakty poddane zostaną recenzji.

W przypadku dużej ilości zgłoszeń organizator zastrzega sobie możliwość wyboru tematów prezentowanych na Forum.

Termin nadsyłania **pełnych tekstów przeznaczonych do publikacji upływa 04 listopada 2019 roku.**

Ostatecznym warunkiem uczestnictwa w Forum jest wniesienie opłaty w terminie **do dnia 04 listopada 2019 roku.**

Wpłaty należy dokonywać na konto:

Sieć Badawcza Łukasiewicz - Instytut Lotnictwa

al. Krakowska 110/114

02-256 Warszawa

Bank Pekao SA

Nr konta dla wpłat w złotych: 90 1240 6247 1111 0000 4977 2760

Nr konta dla wpłat w euro: SWIFT PKOPPLPW 33 1240 6247 1978 0000 4980 3477

Z obowiązkowym dopiskiem:

MINIB 2019 (imię i nazwisko/instytucja).

W przypadku rezygnacji z uczestnictwa do 21 dni przed rozpoczęciem Forum następuje zwrot pełnej kwoty. W okresie krótszym niż 21 dni przed rozpoczęciem Forum - wpłata nie będzie zwrócona.

### **Kwartalnik naukowy Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych**



Zachęcamy do nadsyłania artykułów do kwartalnika naukowego „Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych”, wydawanego przez Sieć Badawczą Łukasiewicz - Instytut Lotnictwa.

Wszystkie numery są dostępne w całości i bezpłatnie na stronie kwartalnika.

Więcej informacji na stronie [www.minib.pl](http://www.minib.pl)

**Informujemy, że w najbliższym czasie planowana jest zmiana zasad publikacji artykułów.**

Artykuły oraz pytania prosimy wysłać na adres e-mail:

[minib@ilot.edu.pl](mailto:minib@ilot.edu.pl)

**Osoba do kontaktu:**

Aneta Olejniczak

tel. + 48 (22) 846 00 11 w. 551

Program i szczegóły udziału na stronie internetowej:

[www.ilot.edu.pl/minib](http://www.ilot.edu.pl/minib)