

**XXVII Zjazd Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. Horyzonty wiedzy. Marketing –
Handel – Konsumpcja, Poznań, 17-19 września 2018**

Katedra Strategii Marketingowych, wraz z Polskim Naukowym Towarzystwem Marketingu, Katedrą Handlu i Marketingu oraz Marketingu Produktu Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, była współorganizatorem *XXVII Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji. Horyzonty wiedzy. Marketing – Handel – Konsumpcja*, który odbył się w Poznaniu w dn. 17-19 września 2018r. Patronatem honorowym objął to wydarzenie JM Rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu prof. dr hab. Maciej Żukowski oraz Marszałek Województwa Wielkopolskiego Marek Woźniak.

Celem XXVII Zjazdu Katedr Marketingu, Handlu i Konsumpcji było stworzenie przestrzeni do zaprezentowania najnowszych wyników badań nad wyzwaniami płynącymi z zachodzących przemian społecznych, ekonomicznych i technologicznych, a także integracja środowiska akademickiego wokół zagadnień związanych z nauką, dydaktyką i praktyką. W konferencji uczestniczyli przedstawiciele środowiska akademickiego z całej Polski oraz ośrodków zagranicznych (m.in. ze Stanów Zjednoczonych, Rosji i Wielkiej Brytanii). W sumie w Zjeździe wzięło udział 201 osób z 57 ośrodków naukowych. Na Zjazd nadesłano 175 artykułów, w trakcie obrad wygłoszono 77 referatów.

Trzydniowe obrady odbywały się podczas czterech sesji plenarnych, dwóch paneli dyskusyjnych oraz sześciu sesji krótkich prezentacji. Uczestnicy Zjazdu dyskutowali nad kierunkami rozwoju marketingu w wielu obszarach, które są konsekwencją przemian społecznych, ekonomicznych i technologicznych. Uwagę skupiono m.in. na znaczeniu marketingu w świecie nauki, zmianach paradygmatów marketingu, relacjach między teorią a praktyką marketingu z perspektywy zarówno naukowców, jak i praktyków. W trakcie Zjazdu przedstawione zostały wyniki badań prowadzonych przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu, które dotyczyły postrzegania marketingu przez polskich naukowców zajmujących się tym obszarem badań. Ze szczegółowymi wynikami można zapoznać się na stronie [PNTM](#). Ponadto omawiane były kwestie zmian w zachowaniach nabywców, a także wyzwania współczesnego handlu. W trakcie sesji krótkich prezentacji przedstawione zostały wyniki badań o bardzo zróżnicowanej tematyce, mieszczące się w jednym z trzech głównych obszarów: marketingu, konsumpcji i handlu.

Gorące dyskusje prowadzone były nie tylko podczas obrad, ale również w kuluarach i w trakcie wieczornych spotkań integracyjnych. Zdjęcia ze Zjazdu można obejrzeć [tutaj](#).