

Wizytówka naukowa kandydata na promotora
maksymalnie 2 strony – powinna to być synteza najważniejszych elementów dorobku

Imię i nazwisko, stopień, tytuł naukowy: prof. dr hab. Irena Ozimek	
Dyscyplina naukowa/dyscypliny naukowe	Nauki o zarządzaniu i jakości/ Ekonomia i finanse
Rozwój zawodowy (stopnie i tytuły naukowe) chronologicznie	2015 – profesor 2007 – dr hab. 1997 - dr
Najważniejsze publikacje/patenty/ z ostatnich 3 lat (maksymalnie 10)	1. Dąbrowska A., Ozimek I., Hrabynska I. (2025): Trust in the digital age as the basis for bulding customer relationships. In: Paliszkievicz J., Chen K., Mendel M. (ed.): <i>Trust in Social and Business Relations: Theory and Practice</i>. Routledge New York, 130-140. 2. Ozimek I., Kulykovets O., Szlachciuk J., Bobola A., Nguyen T. (2025): Economic Uncertainty: A Perspective of Young Consumers. In: Paliszkievicz J., Gołuchowski J., Zdanowicz-Cyganiak K., Chen K. (ed.): <i>Trust, Media and the Economy. Mutual Relations</i>. Routledge, 237-247. 3. Dąbrowska A., Ozimek I., Shulhina L (2024): The importance of social responsibility in building the mutual trust of market participants. In: Paliszkievicz J., Chen K., Gołuchowski J. (ed.) <i>Privacy, Trust and Social Media</i>. Routledge New York, 193-207. 4. Ozimek I. (2024): Edukacja konsumentcka w świetle uregulowań prawnych i działań wybranych instytucji zajmujących się ochroną konsumentów. Dąbrowska A., Szuszkiewicz A. (red.): <i>Bezpieczeństwo konsumenta na rynku żywności. Konsument jako uczestnik na rynku i jego zachowania</i>. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH, 131-147. 5. Ozimek I., Szlachciuk J., Kulykovets O., Dąbrowska A. (2024): Determinants of Young Polish Consumers' Food Product Purchases. <i>Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych, (Marketing of Scientific and Research Organisations)</i>, 53(3), 25-42. DOI:10.2478/minib-2024-0014 6. Dąbrowska A., Ozimek I. (2023): Seniors' Trust in e-Commerce. In: Paliszkievicz J., Chen K., Launer M. (ed.), <i>Trust and Digital Business: Theory and Practice</i>. Routledge New York, 122-136. 7. Ozimek I., Maciejewski G., Kita P., Szlachciuk J. (2023): A typology of consumers by their nutritional behaviors and selected lifestyle elements. <i>Journal of Economics and Management</i>, 45, 68-101, DOI: 10.22367/jem.2023.45.05 8. Ozimek I. (2023): Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów i niedozwolone klauzule umowne w świetle wymagań prawnych i działań Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.[w:] Plichta J., Brańska S., Orzeł K. (red.): <i>Zachowania podmiotów rynkowych w warunkach niepewności. Teoria i praktyka</i>. Instytut Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk, 79-90.

	9. Dąbrowska A., Jurowczyk P., Ozimek I. (2022): The Greening of Consumption: Challenges for Consumers and Businesses. <i>Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych (Marketing of Scientific and Research Organisations)</i>, 45(3), 44-57, DOI: 10.2478/minib-2022-0015 10. Ozimek I., Kohnke M.E. (2022). Cultural Heritage of Kashubia in the Opinion of Tourists. <i>Studia Ekonomiczne i Regionalne/Economic and Regional Studies</i>, 15, 368–383. DOI 10.2478/ers-2022-0025
Doświadczenie w pracy z doktorantami (obronione doktoraty, wszczęte postępowania), chronologicznie	Obronione doktoraty: – 18.10.2023 r. – dr Natalia Przeździecka-Czyżewska: <i>Postrzeganie przez konsumentów oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych na etykietach produktów żywnościowych</i>; – 19.11.2014 r. – dr Julita Szlachciuk: <i>Ocena znajomości praw przysługujących konsumentom na rynku żywności w wybranej grupie młodych osób</i>; – 20.11.2013 r. – dr Dominik Orłowski: <i>Ocena możliwości wykorzystania kuchni regionalnych w rozwoju turystyki wiejskiej</i>; – 15.12.2010 r. – dr Marta Tomaszewska: <i>Rola informacji zamieszczanych na opakowaniach produktów żywnościowych w kształtowaniu zachowań konsumentów</i>.
Dorobek projektowy/grantowy (z ostatnich 5 lat)	– ekspert w projekcie: „FOOD - od wzmocnienia potencjału organizacji konsumenckiej do edukacji konsumenckiej”. Capacity Building Programme - projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Consumer PRO (S.C. 2018 86 03 – CHAFEA / 2018/CP/04) (lata 2020-2021); – współwykonawca w projekcie „Sukces z natury - kompleksowy program podniesienia jakości zarządzania procesem kształcenia i jakości nauczania Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Zadanie 15 współfinansowane z Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020, Oś priorytetowa III. Szkolnictwo wyższe dla gospodarki i rozwoju, Działanie 3.5 Kompleksowe Programy Szkół Wyższych (lata 2021-2022) – współwykonawca (ekspert) w projekcie “ESTOUR: Introducing Epidemic Safe Tourism (post – COVID recovery) to strengthen SMEs in the Hospitality Sector” (Project Agreement Number: 2021-1-PL01- KA220-VET-8A3FF3D9) (rok 2024).
Zakres tematyczny projektu naukowego, do którego rekrutuje się doktoranta	– Ochrona konsumentów na rynku wybranych dóbr i usług
<u>Dane kontaktowe:</u> Instytut Adres e-mail Telefon	Instytut Zarządzania irena_ozimek@sggw.edu.pl 22 5934187