

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	<ul style="list-style-type: none"> • Doktor habilitowany nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu, 25 kwietnia 2012 r. – Uniwersytet Warszawski, Wydział Zarządzania. • Doktor nauk rolniczych w zakresie technologii żywności i żywienia, 22 kwietnia 1999 r. – Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji. • Magister zarządzania, specjalność: zarządzanie finansami, 17 lipca 1997 r. – Uniwersytet Warszawski, Wydział Zarządzania. • Magister inżynier technologii żywności i żywienia człowieka, specjalność: ekonomika żywienia (gospodarka żywnościowa), 6 czerwca 1994 r. – Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Żywnienia Człowieka i Gospodarstwa Domowego.
Najważniejsze publikacje/patenty/ z ostatnich 3 lat (maksymalnie 10)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Górską-Warsewicz H., <i>Trust and Brand Management. The Role of Brand Heritage</i>. Taylor and Francis 2025. 2. Górską-Warsewicz H., <i>Reputacja i kapitał marek korporacyjnych. Ujęcie dynamiczne i wieloaspektowe</i>, Wyd. PWN, Warszawa 2024. 3. Górską-Warsewicz H., <i>Luxury brand equity and its role in luxury marketing and branding</i>, Scientific Papers of SUT. Organization and Management Series 2024, 211, 111-130. 4. Górską-Warsewicz H., <i>Relationship between entrepreneurial orientation, innovative co-branding partnership, and business performance</i>, Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation 2024, 20 (2), 139-159. 5. Górską-Warsewicz H., Zlateva D., Dębski M., Kwiatkowski B., <i>The trust-based marketing communication, national brand equity and economy – the case of Poland and Bulgaria</i> (in:) Paliszkiewicz J., Gołuchowski J., Zdanowicz-Cyganiak, Ch. Kuachin (eds.), <i>Trust, Media and the Economy – Mutual Relations</i>, Routledge, Taylor & Francis 2025, 191-201. 6. Górską-Warsewicz H., Dębski M., Fabuš M., Kováč M., <i>Smart hotels in the perception of Polish and Slovak young people</i> (in:) Paliszkiewicz J., Chen K., Mendel M., <i>Trust in Social and Business Relations Theory and Practice</i>, Routledge, Taylor & Francis 2025, 166-177. 7. Górską-Warsewicz H., Krawczyk A., Dębski M., <i>Trust-based communication of the most valuable corporate brands</i> (in:) Paliszkiewicz J., Guerrero Cusumano J. L. (eds), <i>Communication, Leadership and Trust in Organizations</i>, Routledge, Taylor and Francis 2024, 22-33.
Doświadczenie w pracy z doktorantami (obronione doktoraty, wszczęte postępowania), chronologicznie	<ul style="list-style-type: none"> • Dagmara Stangierska: Tożsamość i wizerunek przedsiębiorstw na rynku usług gastronomicznych, obrona: 23 marca 2016 r., Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski; dziedzina: nauki ekonomiczne, dyscyplina: nauki o zarządzaniu. • Olena Kulykovets: Lokowanie produktów jako narzędzie komunikacji marketingowej w sektorze żywnościowym, obrona: 25 listopada 2022 r., Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski; dziedzina: nauki społeczne, dyscyplina: nauki o zarządzaniu i jakości.

	<ul style="list-style-type: none"> • Maksymilian Czeczotko: <i>Zachowania konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych w kategorii produktów żywnościowych w wybranych krajach europejskich</i>, obrona: 18 października 2022 r., Instytut Nauk o Żywieniu Człowieka, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie; dziedzina: nauki rolnicze, dyscyplina: technologia żywności i żywienia. • Grzegorz Ganczewski: <i>Life cycle approach as a sustainability framework for organisational product management</i> (rozprawa doktorska w języku angielskim, z wyróżnieniem), obrona: 30 września 2024 r., Akademia Leona Koźmińskiego; dziedzina: nauki społeczne, dyscyplina: nauki o zarządzaniu i jakości. • Bartosz Kwiatkowski: <i>Uwarunkowania rozwoju zrównoważonych innowacji produktowych – perspektywa przedsiębiorców i konsumentów</i>, wrzesień 2025 r.; dziedzina: nauki społeczne, dyscyplina: nauki o zarządzaniu i jakości.
Dorobek projektowy/grantowy (z ostatnich 5 lat)	<ul style="list-style-type: none"> • ESTour: Introducing Epidemic Safe Tourism (Post-COVID Recovery) to Strengthen SMEs in the Hospitality Sector: 2021-1-PL01-KA220-VET-8A3FF3D9, 01.01.2022 – 01.07.2024. • ESTET: Embedding Sustainability Skills in Tourism Education and Training, 2020-1-PL01-KA202-081845, 01.10.2020 – 31.12.2022. • Practical Studies and Modern Management – Integrated University Development Program POWR.03.05.00-00-Z027/18, czas trwania: 2020/2021, and 2021/2022. • Marketing Communication of the Most Valuable Brands, projekt realizowany przez Społeczną Akademię Nauk razem z Amsterdam University of Applied Sciences (Amsterdam School of International Business czas trwania: 2022. • Marketing, Promocja i Analiza Rynku, badanie wartości rynkowej produktów ekologicznych w Polsce, wraz z podziałem wartości dla sektora produkcji; projekt finansowany z budżetu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, okres realizacji: 04–12.2023
Zakres tematyczny projektu naukowego, do którego rekrutuje się doktoranta	<ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie strategią marketingową w przedsiębiorstwach w warunkach niepewności rynkowej • Zarządzanie wizerunkiem korporacyjnym jako element strategii rynkowej • Rola mediów społecznościowych w zarządzaniu wizerunkiem organizacji • Zarządzanie tożsamością marki w dynamicznym otoczeniu rynkowym • Zarządzanie strategią marketingową a kształtowanie tożsamości i wizerunku marki • Rola strategii komunikacji marketingowej w budowaniu tożsamości organizacji • Zintegrowana komunikacja marketingowa jako narzędzie zarządzania wizerunkiem • Strategiczne zarządzanie marką w kontekście długoterminowej wartości przedsiębiorstwa
<u>Dane kontaktowe:</u> Instytut Adres e-mail	Instytut Zarządzania hanna_gorska-warsewicz@sggw.edu.pl +48 22 593 42 88