



Biogram



Beata Gotwald	Imię i nazwisko
Wydział Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego	Reprezentowana uczelnia/przedsiębiorstwo/jednostka
omnichannel marketing; komunikacja marketingowa; edukacja konsumentka; zachowania zakupowe, w tym szczególnie – zachownia zakupowe dzieci	Zainteresowania naukowe i pozanaukowe
American Marketing Association Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu Polskie Towarzystwo Ekonomiczne	Członkostwa (opcjonalnie z informacją w jakich latach)
B. Gotwald, <i>Komunikacja marketingowa w środowisku omnikanalowym. Potrzeby i zachowania konsumentów na rynku centrów nauki</i> , Uniwersytet Łódzki, Łódź 2020. B. Gregor, . Gotwald, <i>Perception of Artificial Intelligence by Customers of Science Centers</i> , „Problemy Zarządzania-Management Issues”, 2021, vol. 19, nr 1 (91), s. 29-39 (link). B. Gregor, B. Gotwald, <i>Badania marketingowe w czasie rzeczywistym w środowisku omnichannel w sektorze B2C</i> , „PRACE NAUKOWE UNIwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, 2018, nr 526, s. 39-47 (link).	Wybrane publikacje (2-3 najważniejsze)

Zdanie o Gospodarce 4,0 i/lub o konferencji:

Forum wymiany myśli i badań odnoszących się do wyzwań związanych z Gospodarką 4.0 (czy inaczej „Nową Gospodarką”) jest szansą na zderzenie poglądów, odnalezienie inspiracji oraz podzielenie się własnymi odkryciami i badaniami. Jest to szczególnie cenne w okresie (post)pandemicznym, który przyczynił się do akceleracji procesów właściwych dla gospodarki opartej na wiedzy.



ZARZĄDZANIE
W GOSPODARCE 4.0



INSTYTUT ZARZĄDZANIA
Uniwersytet w Białymstoku



leadership and vision

* Dodanie zdjęcia jest jednoznaczne ze zgodą na jego wykorzystanie na stronie konferencji oraz podczas prezentacji