

## Dorobek naukowy

Imię i Nazwisko: **Marta Zembik**

Tytuł naukowy: mgr

E-mail: [marta.zembik@ue.katowice.pl](mailto:marta.zembik@ue.katowice.pl)

### 1. Najważniejsze publikacje w języku angielskim:

1. **Social Media in Small Enterprises: The Polish Market Example**, in: Impact of the digital world on management and marketing, edited by G. Mazurek, J. Tkaczyk, Poltext, Warszawa 2016, p. 165-179. (ISBN: 978-8389437-66-2)
2. **A case study as a method of researching the use of social media in enterprises**, "Proceedings of the 15<sup>th</sup> European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies", Kingston Business School, Kingston University, London, UK, ed. V. Benson and F. Filippaios, Academic Conferences and Publishing International Limited, 2016, (ISSN: 20490968), p. 383-389.
3. **Brand image in social media – an outline of the research related issues**, "Polish Journal of Management Studies" 2015, Vol. 11, No 2  
<http://pjms.zim.pcz.pl/PDF/PJMS112/Brand%20Image%20in%20Social%20Media%20%E2%80%93%20An%20Outline%20of%20the%20Research%20Related%20Issues.pdf>
4. **Social media as a source of knowledge for customers and enterprises**, "Online Journal of Applied Knowledge Management" 2014, Vol. 2(2), p. 132-148 (ISSN 2325-4688).  
[http://www.iiakm.org/ojakm/articles/2014/volume2\\_2.php](http://www.iiakm.org/ojakm/articles/2014/volume2_2.php)

### 2. Najważniejsze publikacje w języku polskim:

1. **Crowdsourcing – kreowanie innowacyjności przedsiębiorstw**, w: Informatyka @ przyszłość, red. nauk. W. Chmielarz, J. Kisielnicki, T. Parys, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014. s. 220-229. (ISBN: 978-83-63962-46-3)
2. **Obecność wyższych uczelni ekonomicznych w mediach społecznościowych – wyniki badań**, w: Tendencje w zarządzaniu. Konteksty teoretyczne i rozwiązania praktyczne, red. nauk. A. Bajdak, M. Nowak, A. Samborski, H. Zawadzki, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach Centrum Badań i Ekspertyz, Katowice 2013, s. 147-156 (ISBN: 978-83-7875-115-1; współautor M. Kucia).
3. **Raport e-Handel Polska 2010 – badanie polskich sklepów internetowych i konsumentów**, Dotcom River Sp. z o.o. Sp. k. (Sklepy24.pl), Wrocław 2011, s. 12-34 (ISBN: 978-83-930264-2-5; współautor: M. Kucia). [http://www.sklepy24.pl/download/raport\\_e-handel\\_polska\\_2010.pdf](http://www.sklepy24.pl/download/raport_e-handel_polska_2010.pdf)
4. **Media społecznościowe - możliwości wykorzystania w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw**, w: Zarządzanie Informatyka. Dylematy i kierunki rozwoju, red. nauk. A. Bajdak, M. Nowak, A. Samborski, H. Zawadzki, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Ekspertyz, Katowice 2010, s. 477-497 (ISBN: 978-83-89072-21-4).
5. **Wywiad gospodarczy w systemie informacji przedsiębiorstwa**, w: Zarządzanie organizacjami – finanse, produkcja, informacja: monografia, red. nauk. R. Howaniec, W. Waszkielewicz, Wydawnictwo ATH, Bielsko-Biała 2009, s. 221-229 (ISBN: 978-83-60714-79-9).

### 3. Najważniejsze projekty badawcze i dydaktyczne:

Nr Nazwa projektu	Data
1. <b>Media społecznościowe w działalności przedsiębiorstw – podejście modelowe</b> , 20132012/05/N/HS4/00177, projekt badawczy – konkurs PRELUDIUM (dla osoby 2016 rozpoczynającej karierę naukową, nieposiadającej stopnia naukowego doktora), Narodowe Centrum Nauki. Kierownik projektu.	

