

Media społecznościowe w działalności przedsiębiorstw – podejście modelowe

2012/05/N/HS4/00177

Kierownik projektu: mgr Marta Zembik

Podstawowym celem projektu jest opracowanie modelowego podejścia do wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach różnych wielkości.

Tak postawiony cel projektu wymaga realizacji **celów szczegółowych** o charakterze poznawczym, metodologicznym i utylitarnym. **Cele poznawcze** skoncentrowane są na identyfikacji i deskrypcji różnych rodzajów mediów społecznościowych oraz obszarów ich zastosowania w przedsiębiorstwach. **Cele metodologiczne** dotyczą opracowania modeli wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach. Zaś **cele utylitarne** odnoszą się do praktycznego wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach.

Wyniki prowadzonych prac badawczych są na bieżąco poddawane dyskusjom naukowym na konferencjach w kraju i za granicą oraz rozpowszechniane w polskich i zagranicznych publikacjach naukowych.

Końcowym **efektem projektu** będzie praca doktorska pod tytułem „Media społecznościowe w działalności przedsiębiorstw – podejście modelowe”.

Promotorem i opiekunem projektu jest Profesor UE dr hab. Ewa Ziemia.