

Email jacek_kaminski@vp.pl

Nr pokoju 385R

WYKSZTAŁCENIE/TYTUŁY ZAWODOWE I STOPNIE NAUKOWE

- 2020 - stopień doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości nadany Uchwałą Komisji Uniwersytetu Łódzkiego do spraw stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości
- 1994 - tytuł Master of Science in Business Administration (Høyere Avdeling - odpowiednik All But Dissertation in Administration (ABD) z USA) uzyskany w oparciu o studia doktorskie z zakresu zarządzania (*business administration*) ukończone w Norwegian School of Economics and Business Administration (NHH), Bergen (Norwegia)
- 1989 - stopień doktora w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie historia nadany uchwałą Rady Wydziału Nauk Społeczno-Politycznych Akademii Nauk Społecznych w Warszawie
- 1982 - tytuł zawodowy magistra nauk politycznych uzyskany w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu we Wrocławiu

ZAINTERESOWANIA BADAWCZE

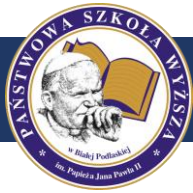
Ponad 30-letnie doświadczenie dydaktyczne i badawcze w różnych uczelniach w tym zagranicznych, praktyczne doświadczenie w pracy trenerskiej w firmach szkoleniowych, doświadczenie w prowadzeniu badań i w kierowaniu zespołami badawczymi. Zainteresowania naukowo-badawcze skoncentrowane w obszarze społecznych aspektów biznesu w obszarze zarządzania i marketingu. Prace badawcze i będące ich efektem publikacje naukowe dotyczące problematyki negocjacji, szczególnie ogólnych aspektów negocjacji, negocjacji wielostronnych, kulturowych różnicowań zachowań negocjacyjnych oraz etyki negocjacji. Aktualne zainteresowania naukowe skoncentrowane wokół historii marketingu, historii myśli marketingowej, teorii marketingu oraz makromarketingu.

PROWADZONE ZAJĘCIA DYDAKTYCZNE

Socjologia, Socjologia gospodarcza, Nauka o polityce, Komunikacja międzykulturowa, Etyka dialogu, Nauki o organizacji, Podstawy zarządzania, Zarządzanie organizacjami publicznymi, Procesy informacyjne w zarządzaniu, Strategie konkurencji, Badania marketingowe, Zarządzanie marketingowe, Marketing międzynarodowy, Marketing w turystyce, Marketing usług finansowych, Negocjacje, Techniki i strategie negocjacyjne, seminaria dyplomowe na studiach licencjackich i magisterskich na kierunkach Zarządzanie, Ekonomia, Stosunki międzynarodowe. Aktualnie prowadzone przedmioty to: seminarium licencjacie na kierunku Zarządzanie, Marketing w handlu i usługach, Marketing zrównoważony, Negocjacje.

PROJEKTY DYDAKTYCZNO-BADAWCZE

- 2020 - Kierowanie projektem badawczym w ramach funduszu rozwoju nauki PSW im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej na rok 2020. Tytuł projektu: "Marketing 4.0 w świetle alternatywnych koncepcji rozwoju marketingu".
- 2017-2018 Kierowanie projektem badawczym „Strategie marketingowe i programy rozwoju podmiotów gospodarczych, JST oraz instytucji pozarządowych”. Projekt realizowany w ramach badań statutowych w Państwowej Szkole Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej (badania z środków finansowych przyznanych na utrzymanie potencjału badawczego uczelni).
- 2014-2015 Kierowanie projektem badawczym w ramach Funduszu Grantów na Badania Własne (edycja II) w Państwowej Szkole Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej. Tytuł projektu: „Makromarketing – społeczny nurt w nauce o marketingu”.
- 2009-2010 Udział w projekcie badawczym Unii Europejskiej w ramach Siódmego Programu Ramowego pt. „Privacy Awareness through Branding of Security Organizations” (Grant nr 230473). Projekt realizowany przez Fundację Europejskiej Współpracy Naukowej (FEWN) w Warszawie we współpracy z partnerami zagranicznymi z Niemiec (Technical University of Berlin) (koordynator), Izraela (Interdisciplinary Center for Technology and Forecasting At Tel Aviv University ICTAF), Finlandii (Finland Futures Research Centre Turku School of Economics), Wielkiej Brytanii (Department of Organisation, Work and Technology Lancaster University) i USA (Department of Broadcasting Telecommunication and Mass Media Temple University). Głównym celem projektu było zbadanie relacji między wizerunkiem organizacji odpowiedzialnych za bezpieczeństwo publiczne, a realizacją ich funkcji. Mój udział w projekcie polegał na pełnieniu funkcji koordynatora oraz scharakteryzowaniu działających w Polsce organizacji odpowiedzialnych za sferę bezpieczeństwa.
- 2000-2002 Kierowanie (wspólnie z prof. dr hab. A.H. Jasińskim) projektem badawczym „Uwarunkowania wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw”. Projekt realizowany na Wydziale Ekonomicznym Uniwersytetu w Białymstoku w Zakładzie Zarządzania i Marketingu w ramach badań statutowych



finansowanych z środków KBN (BST 406). Projekt zakończony książką: A.H. Jasiński, J. Kamiński (red.) (2003). *Uwarunkowania wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw. Z doświadczeń województwa podlaskiego*. Białystok: Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku.

1996-1997 Kierowanie tematem badawczym „Negocjacje w grupie zadaniowej”. Projekt realizowany w ramach grantu nr B+R 1/96 w Wyższej Szkole Zarządzania i Marketingu w Warszawie. Wyniki badań przedstawione w czasopiśmie *Organizacja i Kierowanie*.

1991-1993 Udział w międzynarodowym projekcie Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej we współpracy z HEC School of Management z Paryża, London Business School, i NHH Norwegian School of Economics z Bergen przygotowującym kadrę dla Szkoły Biznesu PW w ramach pierwszego angielskojęzycznego programu Master of Science in Business, zwanego obecnie International MBA.

OSIĄGNIĘCIA PUBLIKACYJNE

Całość dorobku publikacyjnego obejmuje 130 recenzowanych opublikowanych prac naukowych z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości w tym 3 książki autorskie.

Wybrane publikacje:

Monografie

1. J. Kamiński (2019). *Makromarketing. Nauka o marketingu wobec problemów społecznych i środowiskowych*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 427 s.
2. J. Kamiński (2009). *Negocjowanie. Techniki rozwiązywania konfliktów*. Warszawa: Poltext, 216 s.
3. J. Kamiński (2006). *Negocjacje w działalności marketingowej przedsiębiorstw*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 268 s.
4. A.H. Jasiński, J. Kamiński (red.) (2003). *Uwarunkowania wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw. Z doświadczeń województwa podlaskiego*. Białystok: Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, 161 s.

Publikacje w czasopiśmie

1. J. Kamiński (2020). Uwagi na temat nauczania marketingu na kierunku zarządzanie o profilu praktycznym/Comments on teaching marketing directions management with practical profile. *Rozprawy Społeczne/ Social Dissertations*, 14(2), 86-106.
2. J. Kamiński (2020). Zakres makromarketingu jako subdyscypliny nauki o marketingu. *Marketing i Rynek*, 4, 3-15.
3. J. Kamiński (2017). Systemic paradigm in the tradition of marketing science/Paradygmat systemowy w tradycji nauki o marketingu. *Economic and Regional Studies*, 10(4), 29-42.