

3. Podstawowe dane o Kandydatce aplikującej o nadanie stopnia naukowego doktora habilitowanego nauk społecznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości

a) data uzyskania stopnia doktora oraz nazwa jednostki organizacyjnej, w której był ten stopień nadany:

16 kwietnia 2008 roku, nadany uchwałą Rady Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu za rozprawę doktorską pt. *Wykorzystanie środków public relations na polskich targach w kreowaniu wizerunku małych i średnich przedsiębiorstw* - napisaną pod opieką naukową prof. dr hab. Stanisława Kaczmarczyka

b) informacja, czy Kandydatka ubiegała się uprzednio o nadanie stopnia doktora habilitowanego

Dr Anna Dziadkiewicz nie ubiegała się dotychczas o nadanie stopnia naukowego doktora habilitowanego.

c) informacja o przebiegu pracy naukowo-zawodowej (miejsce pracy, zajmowane stanowiska):

Okres	Stanowisko	Uczelnia
od października 2003 do kwietnia 2008	Doktorantka na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania	Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Katedra Marketingu
od października 2008 do września 2013	Adiunkt	Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu Wydział Zarządzania i Finansów Katedra Zarządzania
od października 2013 do dnia dzisiejszego	Adiunkt	Uniwersytet Gdański Wydział Zarządzania Katedra Marketingu

4. Tytuł osiągnięcia naukowego stanowiącego podstawę ubiegania się w aktualnym postępowaniu o nadanie stopnia doktora habilitowanego

Monografia: Anna Dziadkiewicz, *Design management. Uwarunkowania i efekty wdrożenia w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2021, ISBN 978-83-8206-180-2, ss. 370.

5. Ocena monografii naukowej pt. *Design management. Uwarunkowania i efekty wdrożenia w przedsiębiorstwie*, wskazanej przez Kandydatkę jako główne osiągnięcie naukowe

Praca składa się ze wstępu, ośmiu obszernych rozdziałów, zakończenia, pięciu załączników oraz spisu wykorzystanej bibliografii. Struktura pracy jest prawidłowa. Rozdziały I-V mają charakter teoretyczny, rozdział VI metodyczny, a rozdziały VII-VIII badawczy. Przedmiot rozważań w rozdziale I stanowi design management identyfikowany przez Autorkę jako zarządzanie projektowe. Habilitantka opisuje w nim genezę designu w biznesie, ewolucję tego pojęcia i przykładowe definicje. Przyjmuje przy tym własną definicję design management, przez który rozumie zarządzanie procesem projektowania, które pełni zarówno funkcję menedżerską, jak i projektową (s. 37). W podsumowaniu tego rozdziału Autorka podaje autorską definicję design management w sposób następujący (procesowy, kotlerowski, a nie narzędziowy): jest to kompleksowe planowanie, organizowanie, motywowanie i kontrolowanie działań przedsiębiorstwa począwszy od zarządzania aspektami wizualnymi i niewizualnymi produktów, poprzez zarządzanie procesami doskonalenia w celu tworzenia rozwiązań dla zaistniałych problemów, a skończywszy na wykorzystaniu designu jako elementu strategii przedsiębiorstwa. Definicja design management zaproponowana przez Autorkę (na str. 56 monografii) jest trafna. Jest to podejście holistyczne, w świetle którego design przenika wszystkie poziomy (operacyjny, taktyczny, strategiczny) zarządzania organizacją.

Kluczowym wątkiem rozważań w rozdziale I monografii jest charakterystyka tzw. Drabiny Dojrzałości Designu, a także opis przyczyn współczesnego rozkwitu designu. Na szczególne podkreślenie zasługuje kwerenda bogatych źródeł literaturowych z minionego półwiecza, ilustrujących wielowymiarowość kategorii design management i ewolucję podejścia do niego na świecie i w Polsce. Rozważania te bazują na studiach bardzo obszernej, głównie anglojęzycznej, literatury przedmiotu.

Ważny fragment tego rozdziału odnosi się do uporządkowania głównych pojęć związanych z design management. Autorka przedstawiła je na odrębnych schematach (1.3 i 1.4). Habilitantka systematyzuje również trzy poziomy zarządzania projektowego: operacyjny, taktyczny i strategiczny. O ile rozważania zawarte w punktach 1.1-1.3 odnoszą się stricte do nauk o zarządzaniu, to punkt 1.4 charakteryzuje miejsce designu w subdyscyplinie marketingu. Autorka zachowała przy tym właściwą sekwencję opisując ewolucję marketingu od koncepcji marketingu 1.0 (rozwój produktu) i 2.0 (orientacja na klienta) przez marketing 3.0 (budowanie więzi i wartości) do marketingu 4.0 (nowoczesny e-marketing). W kontekście tym analizuje i porównuje miejsce designu w marketingu, gdzie na różnych etapach rozwoju koncepcji

zarządzania marketingowego był on odmiennie traktowany jako: narzędzie aktywizujące sprzedaż, forma sztuki użytkowej lub jako główny obszar działania firmy. Interesujące uwagi i komentarze zamieszcza przy tym w tabelach 1.5 i 1.6.

Reasumując, w rozdziale pierwszym Autorka dokonała przeglądu obszernej literatury przedmiotu cytując niemal 100 źródeł i porządkując terminologię z zakresu design management. Opisała przy tym proces poszerzania zakresu pojęcia design management jako konstrukt stanowiącego element strategii przedsiębiorstwa służącego budowaniu przewagi konkurencyjnej w takich obszarach jak: kreowanie nowych produktów, optymalizacja komunikacji z interesariuszami, czy budowanie tożsamości organizacji.

Rozdziały II i III poświęcono budowaniu i dostarczaniu wartości oferowanej klientom. Na początku rozdziału Habilitantka skupiła się na wymiarach zarządzania doświadczeniem użytkowników (user experience). Opisała poziomy piramidy projektowania doświadczeń użytkownika oraz koncepcję zarządzania doświadczeniami klienta. W kolejnym fragmencie Habilitantka skoncentrowała swoje rozważania na projektowaniu usług, czyli service design. Nawiązała przy tym do koncepcji design thinking oraz zwinnych metod zarządzania. Charakteryzując cykl projektowania usług wyeksponowała interdyscyplinarność podejścia do tego procesu oraz konieczność wykorzystania nowoczesnych cyfrowych narzędzi. Bardzo ciekawy fragment rozważań odnosi do projektowania doświadczeń klienta, w tym wykorzystania do tego zarówno tradycyjnych, jak i innowacyjnych metod badawczych. Treści rozdziału II mają charakter porządkujący i wprowadzający w zagadnienia opisywane w rozdziale trzecim, takie jak między innymi rola designu w procesie tworzenia innowacji.

Niektóre fragmenty rozdziału II (np. rysunek 2.1. i komentarz do niego) mają mało syntetyczny i wyłącznie odtwórczy charakter. Ciekawym wątkiem rozważań jest natomiast charakterystyka procesu tworzenia wartości na różnych poziomach organizacyjnych i na Drabinie Dojrzałości Designu (rysunki 3.4 i 3.5). Jest to niewątpliwie wartość dodana pracy. Na tej bazie Autorka przechodzi do koncepcji generowania innowacji opartych na projektowaniu oraz komentuje rolę otwartych innowacji w sukcesie biznesowym organizacji. Niejako przy okazji dokonuje klasyfikacji i charakterystyki różnego rodzaju innowacji, takich jak radykalne i inkrementalne, by przejść do strategii innowacji bazującej na wykorzystaniu designu. Nadaje przy tym koncepcji design management znaczącą rolę konstruktu, który zapewnia możliwość implementacji innowacji skupionych na użytkowniku, a konkretnie jego preferencjach i doświadczeniach. Treści punktu 3.4 poświęcone przywództwu projektowemu nieco odbiegają od głównego nurtu rozważań w tym rozdziale i mogłyby zostać pominięte.

Rozdział IV pracy koncentruje się na zarządzaniu procesem projektowo-wdrożeniowym. Autorka opisuje atrybuty myślenia projektowego porównując je do myślenia biznesowego i kreatywnego (s.122). Wchodzi przy tym na obszar badawczy obciążony sporym ryzykiem błędu wnioskowania. Następnie analizuje pięcioetapowy i heksagonalny model design thinking oraz dokonuje porównania wybranych modeli. Zaletą rozważań jest przejrzystość wyводу oraz logiczna i wewnętrznie spójna struktura tekstu. W kolejnym punkcie opisano charakterystykę koncepcji myślenia projektowego i pobudzania innowacji design thinking pod kątem wykorzystywanych w niej instrumentów. Nieco zaskakują jednak przykłady na rysunku 4.8 odnoszące do branży turystycznej, która nie stanowi głównego tła analiz w innych fragmentach pracy. Ponadto mankamentem rozważań w niektórych częściach pracy jest poruszanie zbyt wielu wątków pobocznych, co przykładowo również odnosi się do rysunku 4.8. W rozdziale IV Autorka skupiła się na koncepcji design thinking, która służy wypracowaniu rozwiązań realnych wdrożeniowo, opłacalnych finansowo i aprobowanych przez klientów. Słusznie zwróciła też uwagę, iż koncepcja ta integruje zespół pracowniczy, pobudza kreatywność i myślenie lateralne. Zaletą zamieszczonych rozważań jest eksponowanie uwarunkowań i motywów stosowania procesów design management w przedsiębiorstwach.

Rozdział V ma charakter przeglądowy. Autorka dokonała w nim krytycznej analizy modeli wykorzystywanych w design management, w tym modelu podwójnego diamentu, modeli lucereńskich z 2009 i 2015 roku oraz modelu absorbcji. Jest to rozdział napisany w sposób komunikatywny i zawierający dojrzałe przemyślenia. Emanuje z niego wielopłaszczyznowość porównań eksponujących różne wymiary design management, fazy jego realizacji i finalne rezultaty. Ciekawym fragmentem rozważań jest tekst dotyczący zasobów designu jako atrybutu organizacji oraz modelu absorbcji designu. Autorka przywołuje przy tym wyniki własnych badań 69 przedsiębiorstw sektora MSP zrealizowanych w 2016 roku. W kolejnych fragmentach rozdziału opisuje obszary i wymiary absorbcji design management, a także uwarunkowania transferu wiedzy i działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Wartością dodaną pracy jest autorskie rozwiązanie wykorzystania koncepcji design management przez przedsiębiorstwa doskonalące się (s. 168 i dalsze) oraz zaprojektowanie modelu wdrożenia procesu projektowego w przedsiębiorstwie (rysunek 5.16). Fragment ten wypełnia pewną lukę w naukach o zarządzaniu i jakości w odniesieniu do polskich realiów. Nieco zaskakuje jednak, iż dopiero pod koniec rozdziału V Autorka poruszyła problematykę roli marki produktu jako istotnego elementu design management.

Część empiryczna pracy rozpoczyna się od opisu metodyki badań empirycznych i przebiegu procesu badawczego. Autorka przyjęła trafny sposób konceptualizacji design

management (rys. 6.3). Cele badań źródłowych oraz hipotezy badawcze (s. 188-189) postawiono poprawnie, przy czym te ostatnie sformułowano w następujący sposób:

H1: Występuje zależność przyczynowo-skutkowa pomiędzy uwarunkowaniami organizacyjnymi, poziomem dojrzałości designu w przedsiębiorstwie, a efektami design management związanymi z rozwojem organizacji.

H2: Uwarunkowania kompetencyjne design management wpływają zarówno na efekty związane z rozwojem organizacji, jak i rozwojem potencjału pracowników.

H3: Długość trwania działań dotyczących design management wpływa na uwarunkowania kompetencyjne i zarządcze.

Wykorzystane w ramach własnych badań empirycznych techniki badawcze obejmowały:

- CATI (standaryzowany wywiad telefoniczny realizowany za pomocą komputera);
- PAPI (wywiad bezpośredni z użyciem kwestionariusza wywiadu);
- IDI (indywidualny wywiad pogłębiony).

Badanie ilościowe techniką CATI objęło w 2019 roku próbę 1200 losowo dobranych średnich i dużych przedsiębiorstw działających w Polsce. Autorka wypełnia w ten sposób lukę empiryczną, ponieważ w polskiej fachowej literaturze z zakresu implementacji design management z pewnością brakuje aktualnych opracowań, bazujących na tak kompleksowych badaniach pierwotnych. Na szczególne podkreślenie zasługuje wielkość próby determinująca reprezentatywność badań własnych. Badaniem ilościowym objęto aż 968 przedsiębiorstw średnich, w których zatrudnianych jest od 50–249 pracowników oraz 232 przedsiębiorstwa duże, w których zatrudnianych jest ponad 250 pracowników. Odpowiedzi na pytania ankietowe udzielali głównie członkowie zarządów bądź właściciele firm (68,7% respondentów), dyrektorzy i menedżerowie odpowiadający za projektowanie i wprowadzenie na rynek produktów i usług - 6,5%, dyrektorzy i menedżerowie ds. komunikacji lub marketingu - 5,8%, dyrektorzy i menedżerowie ds. produkcji - 4,7%, dyrektorzy strategiczni - 3,9% oraz menedżerowie marki - 2,2% respondentów.

Badanie jakościowe zrealizowane w 2019 roku za pomocą techniki PAPI miało objąć z założenia 128 przedstawicieli przedsiębiorstw, z których jednakże tylko 58 wyraziło zgodę na udział w badaniach. Przy doborze firm posługiwano się następującymi kryteriami: wysoki poziom dojrzałości projektowej przedsiębiorstwa, doświadczenie w implementacji podejścia design management oraz duża skala działalności gospodarczej. Badanie empiryczne z przedstawicielami firm zostało zrealizowane osobiście przez Autorkę na przełomie 2019 i 2020 roku. Z kolei pozyskanie danych za pomocą techniki IDI od przedstawicieli 58 dużych przedsiębiorstw (tych samych, z którymi przeprowadzono wcześniej badanie PAPI)

przeprowadzono według scenariusza zawierającego listę poruszanych problemów badawczych. Badanie to zrealizowano na początku 2020 roku. Na podkreślenie zasługuje również fakt, iż Autorka weryfikuje wyniki badań ilościowych rezultatami badań jakościowych. Takie podejście świadczy o dojrzałości zastosowanego warsztatu badawczego.

W rozdziale VII Habilitantka scharakteryzowała percepcję design management przez pryzmat świadomości menedżerów zarządzających przedsiębiorstwami w Polsce. Zaletą prezentowanych wyników badań jest ich przekrojowość, w tym porównywanie przedsiębiorstw dużych i średnich. Interesujące fragmenty rozważań dotyczą wyboru firm projektowych oraz rodzaju usług realizowanych w zakresie designu. Na uwagę zasługuje bardzo dobry komunikatywny styl i profesjonalna edycja tekstu. Nieliczne błędy stylistyczne odnoszą się np. tytułu rozdziału VII. Brzmi on „Design management w świadomości polskich przedsiębiorstw”, podczas gdy powinien brzmieć „Design management w świadomości menedżerów polskich przedsiębiorstw”.

Interesującym wątkiem jest fragment dotyczący barier organizacyjnych, personalnych i zarządczych implementacji design management w polskich przedsiębiorstwach, a także porównanie stopnia wykorzystania design management w zależności od skali eksportu. Rozdział ten zawiera bardzo ciekawe i aktualne treści bazujące na badaniach źródłowych zrealizowanych na imponującej pod względem liczebności próbie 1200 respondentów. Na podstawie uzyskanych informacji Autorka zdiagnozowała poziomy dojrzałości designu w przedsiębiorstwach. Wykorzystała w tym celu wspomnianą już Drabinę Dojrzałości Designu, w której design traktowany jest jako element strategii, element procesu, czy element wizerunku (s. 244). Habilitantka odnosi się również do wpływu wykorzystania designu przez polski biznes na wyniki przedsiębiorstw oraz na funkcjonowanie całej gospodarki. Należy bowiem stwierdzić, że istotą nowoczesnego design management jest to, iż nie jest on doraźną czynnością realizowaną w nagłych kryzysowych sytuacjach rynkowych, lecz filozofią nowoczesnego prowadzenia biznesu przenikająca całą strukturę organizacji – co Habilitantka dostrzega.

W rozdziale ostatnim VIII Habilitantka skoncentrowała się na determinantach skuteczności design management w przedsiębiorstwach. W tym celu wykorzystowała metodę analizy głównych składowych, która służy wyeksponowaniu zmiennych determinujących kształtowanie się ocenianego zjawiska. Habilitantka dokonała stosownych obliczeń i przedstawiła w tabeli 8.1 macierz ładunków czynnikowych uwzględniając 22 uwarunkowania implementacji procesów design management wewnątrz organizacji. Uwarunkowania owe podzieliła na organizacyjne, kompetencyjne i zarządcze. Ciekawym fragmentem rozważań jest

wykorzystanie modelu zrównoważonego biznesu w rozwijaniu koncepcji design management, zarówno na rzecz środowiska w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo, jak i na rzecz osiągniętych wyników finansowych.

Kolejny fragment pracy dotyczy mniej naukowego, a bardziej utylitarne zagadnienia, a mianowicie oceny tego czy zadania z zakresu design management powinna realizować wewnętrzna komórka w przedsiębiorstwie, czy też powinny być one zlecane na zasadach outsourcingu na zewnątrz. Wartością dodaną pracy jest zaproponowany w punkcie 8.4 model skuteczności design management. Autorka wykorzystwała w tym celu metodę testowania ważności modelu. Wnioski oparto na wynikach badań zrealizowanych w 58 dużych przedsiębiorstwach. Rozważania odniesiono do obszaru rozwoju organizacji oraz rozwoju potencjału pracowników. Posłużono się w tym celu wynikami korelacji R-Pearsona (s. 286). Wykorzystanie tej miary czasem budzi jednak pewne wątpliwości, ponieważ Autorka analizuje wpływ na badane zjawisko zmiennych, które nie zawsze łatwo poddają się kwantyfikacji.

Reasumując, nie ulega wątpliwości, że Habilitantka poświęciła wiele czasu i intelektualnego wysiłku na napisanie dzieła naukowego stanowiącego podstawę ubiegania się o nadanie stopnia doktora habilitowanego. Autorka podjęła się realizacji bardzo interesującego i równocześnie intrygującego problemu badawczego. Poruszana problematyka posiada walor interdyscyplinarności, co już samo w sobie jest inspirującym wyzwaniem. Nie ulega także wątpliwości, że design management mieści w sobie duży potencjał o charakterze aplikacyjnym. Atutem pracy są bardzo szeroko zaprojektowane i zrealizowane badania empiryczne. Poza tym recenzowana monografia systematyzuje niewątpliwie wiedzę na temat ewolucji design management oraz uwarunkowań wdrażania koncepcji zarządzania projektowego w polskich przedsiębiorstwach. Słabszą jej stroną jest koncentracja na uwarunkowaniach, a nie potencjalnych i rzeczywistych efektach wdrożenia koncepcji design management w przedsiębiorstwach. Brakuje również miarodajnych odniesień do specyfiki wybranych branż, w których zarządzanie projektowe determinuje sukces rynkowy przedsiębiorstwa. Innymi słowy w finalnej części pracy przydałoby się więcej twardych argumentów przemawiających za realnymi korzyściami z wdrożenia opisywanej koncepcji design management dla właścicieli przedsiębiorstw. Cenne byłyby np. analizy obejmujące porównanie ponoszonych nakładów i uzyskiwanych efektów tych działań. Uwaga ta może być traktowana jako wyzwanie i impuls do przyszłych badań naukowych. Sugerowana opinia z pewnością jednak nie deprecjonuje poziomu merytorycznego monografii oraz kompetencji badawczych Habilitantki, która niewątpliwie posiada wiedzę, doświadczenie naukowe i warsztat badawczy upoważniający do pracy w charakterze samodzielnego nauczyciela akademickiego.

Atutem ocenianej monografii *Design management. Uwarunkowania i efekty wdrożenia w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2021 jest poprawność metodyczna, transparentność celów metodycznych i poznawczych, spójność wewnętrznej struktury pracy, a przede wszystkim oryginalność własnych badań empirycznych. Habilitantka trafnie zaprojektowała i w pełni zrealizowała kolejne etapy badań źródłowych, które podporządkowano osiągnięciu celów poznawczych. W pracy zrealizowała założone cele, udzieliła odpowiedzi na postawione pytania badawcze oraz pozytywnie zweryfikowała dwie hipotezy i sfalsyfikowała trzecią. Oceniane w ramach procedury habilitacyjnej osiągnięcie naukowe stanowi znaczący wkład w rozwój dyscypliny naukowej nauk o zarządzaniu i jakości, w kanonie której lokuje się recenzowana praca.

6. Recenzja dorobku naukowego dr Anny Dziadkiewicz

Dorobek naukowy dr Anny Dziadkiewicz dobrze świadczy on o jej aktywności naukowej i publikacyjnej (średnio 5 pozycji w ciągu roku za lata 2009-2021). Na dorobek naukowy po uzyskaniu stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych w 2008 roku składa się w sumie 60 publikacji, w tym autorstwo 2 monografii, współautorstwo 2 kolejnych monografii, autorstwo i współautorstwo 10 rozdziałów w monografiach naukowych, autorstwo i współautorstwo 43 artykułów naukowych w recenzowanych czasopismach, autorstwo 1 innej publikacji oraz redakcja naukowa 2 książek. Spośród wymienionych 60 publikacji 19 wydano w języku angielskim. Ponadto Habilitantka zrecenzowała 21 artykułów naukowych, w tym 3 w języku polskim i 18 w języku angielskim. Podstawowe dane naukometryczne ilustrujące dorobek naukowy Habilitantki po uzyskaniu stopnia naukowego doktora, czyli obejmujące lata 2009-2021 zaprezentowano na poniższym zestawieniu.

1.	Punktacja według listy MNiSW	741
2.	Cytowania według Google Scholar (bez autocytowań)	153
3.	Indeks Hirscha według Google Scholar	7
4.	Indeks i10-index według Google Scholar	3
5.	Cytowania według PublishorPerish	162
6.	Indeks Hirscha według Publish or Perish	7
7.	g-index według Publish or Perish	8
8.	Cytowania według Web of Science	1

Również indeksy cytowań można uznać za świadczące o wystarczającym stopniu upowszechnienia dorobku naukowego - według Google Scholar liczba cytowań wynosi 153, a indeks Hirscha 7.

Oceniany dorobek naukowy prawidłowo lokuje się w dziedzinie nauk społecznych i dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości. Zainteresowania naukowe Habilitantki począwszy od pracy magisterskiej pt. „*Media relations jako element budowania reputacji przedsiębiorstwa*” obronionej w 2003 roku, przez dysertację doktorską na temat „*Wykorzystanie środków public relations na polskich targach w kreowaniu wizerunku małych i średnich przedsiębiorstw*”, obronioną w 2008 roku bardzo konsekwentnie koncentrują się na problematyce zarządzania wizerunkiem organizacji. Obejmują one 4 główne obszary:

1. budowanie wizerunku przedsiębiorstwa,
2. zarządzanie wiedzą w organizacji,
3. design management, rozumiany jako zarządzanie projektowe w organizacji,
4. zrównoważony rozwój organizacji.

Poszczególnym nurtom naukowo-badawczym Habilitantka poświęciła obszerne fragmenty autoreferatu przedstawiającego opis dorobku i osiągnięć naukowych. Na stronach 29-40 wymieniła szereg publikacji lokujących się w wyżej wyszczególnionych nurtach badawczych:

Wyszczególnienie (nurdy badawcze)	Artykuły naukowe i rozdziały w monografiach	Konferencje naukowe	Inne, np. artykuły popularno-naukowe
Budowanie wizerunku przedsiębiorstwa (w tym: event marketing, społeczna odpowiedzialność biznesu, etyka w biznesie, zarządzanie kryzysowe)	16	7	17
Zarządzanie wiedzą w organizacji (w tym: współpraca nauki z biznesem, zarządzanie zmianą, organizacja ucząca się)	12	4	2
Zarządzanie projektowe w organizacji (w tym: kultura organizacyjna korporacji, design jako trend w zarządzaniu, wpływ designu na innowacje produktowe i decyzje zakupowe nabywców, dyfuzja innowacji, przemysł kreatywny)	19	6	-
Zrównoważony rozwój organizacji (w tym: systemy work-life balance, przywództwo w wielokulturowych korporacjach, komunikacja międzykulturowa,	10	5	-

Dorobek naukowy jest wewnętrznie spójny. Wymienione nurty badawcze są ze sobą powiązane, a ich wspólnym mianownikiem jest zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa.

Ponadto na podkreślenie zasługuje autorstwo i współautorstwo pięciu wydanych monografii (w tym stanowiącej osiągnięcie naukowe, o którym mowa w art. 219 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce Dz. U. z 2020 r. poz. 85 z późn. zm.). Ponadto analizując aktywność publikacyjną Pani Doktor należy nadmienić, że około 40% publikacji ma charakter opracowań współautorskich, co świadczy o umiejętności współpracy w zespole oraz o otwartości Habilitantki na poglądy innych naukowców. Na stronie 39 autoreferatu wymieniono 10 uczelni, w tym 4 zagraniczne, których wykładowcy byli współautorami publikacji naukowych pisanych wspólnie z Panią dr Anną Dziadkiewicz.

W przekazanej recenzentowi dokumentacji znajduje się także komplet oświadczeń współautorów publikacji o ich procentowym udziale w powstaniu finalnego tekstu każdej publikacji oraz o rodzajach czynności badawczych zrealizowanych przez każdego ze współautorów tekstu. Na podstawie tych oświadczeń należy stwierdzić, że Habilitantka odegrała wiodącą rolę w ramach powstawania współautorskich prac naukowych.

Habilitantka publikowała swoje teksty w takich czasopismach, jak: *Handel Wewnętrzny*, *Logistyka*, *Marketing i Rynek*, *Marketing w Praktyce*, *Zarządzanie Mediami*, *Zarządzanie i Finanse*, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, *Torun Business Review*, *Marketing and Business*, *Marketing and Branding Research*, *Journal of Positive Management*. Oprócz tego publikowała rozdziały w monografiach oraz artykuły naukowe w następujących wydawnictwach: Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Uniwersytetu Szczecińskiego, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy, Politechniki Śląskiej, Szkoły Głównej Handlowej, Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu, Poznaniu i Wrocławiu, Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu i Radomiu, Wyższej Szkoły Menedżerskiej w Legnicy, Wydawnictwie Adam Marszałek oraz Wydawnictwie TNOiK.

W świetle powyższych informacji recenzent pozytywnie ocenia posiadany dorobek naukowy oraz aktywność publikacyjną Kandydatki i uznaje go za uzasadniający do ubiegania się o stopień naukowy doktora habilitowanego w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości.

7. Działalność dydaktyczno-organizacyjna Kandydatki

Dokonując oceny dorobku dydaktycznego i organizacyjnego Habilitantki należy zaznaczyć, że na szczególne podkreślenie zasługuje działalność dydaktyczna Pani dr Anny Dziadkiewicz, wyrażająca się w prowadzeniu wykładów, ćwiczeń i seminariów na studiach I i II stopnia z ponad 20 przedmiotów, w tym między innymi z zakresu podstaw zarządzania, zarządzania projektami, zarządzania procesami, nauki o organizacji, zarządzania

strategicznego, strategii konkurencji, marketingu usług, zarządzania produktem turystycznym, merchandisingu i innych. Habilitantka prowadziła również szereg zajęć na studiach podyplomowych oraz MBA. Wypromowała 387 licencjatów, co jest wielkością imponującą i 47 magistrów. Jest opiekunem Koła Naukowego „Pryzmat” działającego przy Katedrze Marketingu Uniwersytetu Gdańskiego. Ponadto pełniła funkcję promotora pomocniczego w jednym ukończonym przewodzie doktorskim.

Dążąc do ustawicznego podnoszenia poziomu merytorycznego realizowanych zajęć dydaktycznych Habilitantka ukończyła 3 studia podyplomowe w latach 2006-2013. Zajęcia dydaktyczne prowadziła przede wszystkim w dwóch macierzystych uczelniach (Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu - Katedra Zarządzania oraz Uniwersytet Gdański - Katedra Marketingu).

Oceniając działalność o charakterze organizacyjnym należy stwierdzić, że obecnie Habilitantka zaangażowana jest w Uniwersytecie Gdańskim między innymi w prace zespołu koordynującego działania na rzecz HR Excellence in Research, czyli znaku nadanego przez Komisję Europejską instytucjom, które wdrażają zasady „Europejskiej Karty Naukowca” i „Kodeksu postępowania przy rekrutacji pracowników naukowych”. Ponadto wchodzi w skład Wydziałowej Komisji Kwalifikacyjnej programu Erasmus+ na rok akademicki 2021/2022 oraz bierze udział w pracach koncepcyjnych na rzecz uruchomienia nowej anglojęzycznej specjalności Management, która ma zostać uruchomiona na studiach II stopnia.

Działalność dydaktyczno-organizacyjna dr Anny Dziadkiewicz stanowi mocną stronę jej wniosku o nadanie stopnia naukowego doktora habilitowanego.

8. Aktywność Habilitantki w sferze współpracy międzynarodowej

Oceniając działalność Kandydatki w sferze współpracy międzynarodowej należy wyeksponować między innymi następujące jej aktywności:

1. Pełnienie funkcji członka Międzynarodowego Instytutu Inżynierii i Technologii (International Engineering and Technology Institute – IETI) z siedzibą w Hongkongu oraz od 2018 roku funkcji Przewodniczącej Oddziału tego Instytutu z siedzibą w Toruniu;
2. Pełnienie funkcji członka komitetów naukowych kilku konferencji międzynarodowych, w tym Komitetu Naukowo-Technicznego II Światowego Sympozjum Ekonomii, Biznesu i Zarządzania („2nd World Symposium on Economics, Business and Management” – WSEBM) zorganizowanego w 2019 roku w Hongkongu;
3. Pełnienie od 2 lat funkcji eksperta zewnętrznego w projekcie pn. „ArchaeoBalt– Laying fixed foundations for innovative Archaeotourism– a new ‘green’ Archaeoroute in the Southern Baltic Sea Region”, w ramach programu Interreg Południowy Bałtyk. Projekt jest

realizowany między innymi przez Uniwersytet Gdański, Uniwersytet w Aarhusi i Uniwersytet w Lund;

4. Pełnienie funkcji eksperta ds. oceny wniosków SASPRO 2 (Slovak Academic and Scientific Programme) - program mobilności kadry naukowej Słowackiej Akademii Nauk, Uniwersytetu Komeńskiego w Bratysławie oraz Słowackiego Uniwersytetu Technologicznego w Bratysławie;
5. Koordynacja w latach 2015–2017 międzynarodowego projektu „Uwarunkowania transferu wiedzy i innowacyjnej działalności przedsiębiorstw (COTRANS)”, realizowanego w ramach Programu wymiany osobowej MNiSW;
6. Wystąpienia na 7 międzynarodowych konferencjach naukowych organizowanych w Polsce i 9 konferencjach naukowych za granicą, w tym udział w międzynarodowym wydarzeniu o randze światowej pn. „7th World Congress on Polish Studies”, organizowanym przez Polski Instytut Naukowy z siedzibą w Nowym Jorku. Podczas tych konferencji Habilitantka wygłosiła 6 referatów. Konferencje realizowane były przez uczelnie z następujących krajów: Słowacja, Estonia, Wielka Brytania, Szwecja oraz w czasie pandemii COVID-19 w formule zdalnej Słowacja (2020) i w Dania (2021);
7. Recenzje 19 artykułów naukowych napisanych w języku angielskim;
8. Wyjazdy zagraniczne w ramach mobilności kadry naukowo-dydaktycznej do 4 uczelni (School of Management and Technology of Felgueiras, Polytechnic of Porto - 2017, Uniwersytet w Sannio we Włoszech - 2016, Uniwersytet Izmirski - 2013 oraz L'École de Management w Hawrze we Francji - 2012);
9. Wizyty studyjne w uczelniach zagranicznych: miesięczna wizyta studyjna w 2012 roku w Säid Business School na Uniwersytecie Oksfordzkim oraz w 2013 roku udział w wizycie studyjnej na Uniwersytecie w Liège, w Belgii (HEC Liège Management School);
10. Uczestnictwo w dwóch Szkołach Letnich Zarządzania (Słowacja - 2011 i Litwa - 2012) oraz w wydarzeniu pn. 5th International Week (Portugalia - 2012), jak również w międzynarodowych programach wymiany kadry naukowej Erasmus+ z uwzględnionym modulem Staff Mobility for Teaching „STA” (Francja - 2012 oraz Turcja - 2013).

Wymienione aktywności dowodzą bardzo dużego zaangażowania Habilitantki we współpracę międzynarodową, polegającą nie tylko na wystąpieniach na zagranicznych konferencjach naukowych, ale również na angażowaniu się w powstawanie wspólnych publikacji z zagranicznymi naukowcami, czego dobrym przykładem jest choćby naukowa współpraca z prof. Danielą La Forestą z Uniwersytetu Fryderyka II w Neapolu, której wymiernym rezultatem jest monografia: Dziadkiewicz A., La Foresta D., *Health planning and crisis management*

during the first wave of the pandemic: the case of Italy and Poland – comparative study,
Research Institute for European Policy, Gdańsk 2020.

Stopień umiędzynarodowienia dorobku naukowego dr Anny Dziadkiewicz jest satysfakcjonujący. Obszar współpracy międzynarodowej i popularyzacji nauki za granicą ocenia się pozytywnie.

9. Konkluzja

Reasumując, ocena zarówno monografii wskazanej jako główne osiągnięcie naukowe, jak i dorobku naukowego i dydaktycznego dr Anny Dziadkiewicz jest pozytywna i w związku z tym spełnione zostały wymogi Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2021 r. poz. 478 z późn. zm.). Habilitantka jest dojrzałym nauczycielem akademickim, posługującym się w pracy naukowej odpowiednim warsztatem badawczym, samodzielnie prowadzącym badania naukowe, pełniącym funkcje promotora prac licencjackich i magisterskich i zasługuje na nadanie jej stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych i dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości.

Wiesław Cichoński
10.02.2022