

Opis projektu **Cykl monografii (3) wydanych w formie e-booków w Oficynie Wydawniczej SGH pod przewodnim tytułem „Bezpieczeństwo konsumenta – ujęcie holistyczne”**

a) terminarz realizacji – 15 lipca 2019 r. do 15 grudnia 2019 r.; termin dostarczenia Zrealizowanego Projektu – 15 stycznia 2020 r.

b) kosztorys, wraz z terminami i wysokością kolejnych transzy rozliczeniowych
Wydanie 3 e-booków (każdy 150 stron) w języku polskim – 7 000 zł x 3 = 21 000 zł, w tym koszty recenzji, redakcji językowej, składu i łamania oraz projektu i wykonania okładek.

I transza – 10 000 zł (15 września 2019 r.)

II transza – 5 750 zł (15 listopada 2019 r.)

III transza – 5 250 zł (15 stycznia 2020 r.)

Całkowity koszt projektu [koszty bezpośrednie 100%] – 21 000 zł (słownie: dwadzieścia jeden tysięcy złotych).

c) opis sposobu realizacji/ wykonania projektu

Efektom projektu będą monografie naukowe w języku polskim wydane w formie e-booków.

d) uzasadnienie wyboru tematu

Projekt dotyczy zaprezentowaniu najnowszej wiedzy i praktycznych doświadczeń związanych z bezpieczeństwem współczesnego konsumenta na tle globalnych trendów konsumenckich i społecznych. Pragniemy zwrócić uwagę na bezpieczeństwo dóbr i usług, z których korzystają zróżnicowane grupy konsumentów, bezpieczeństwo konsumentów w przestrzeni wirtualnej oraz regulacje prawne oraz instytucje odpowiedzialne za bezpieczeństwo konsumentów. W ramach projektu powstaną **trzy publikacje** w formie e-booków: (1) **Bezpieczeństwo konsumenta na rynku żywności – wyzwania dla marketingu**, (2) **Konsument na rynku usług finansowych tradycyjnych i innowacyjnych**, (3) **Ochrona konsumenta i jego praw na wybranych rynkach**. W poszczególnych e-bookach zostaną poruszone następujące kwestie:

1. Bezpieczeństwo korzystania z dóbr i usług, w tym:

- bezpieczeństwo żywności,
- bezpieczeństwo korzystania z usług publicznych (transport, energetyka, drogi, smog! itd.),
- bezpieczeństwo korzystania z usług społecznych (ochrony zdrowia, turystycznych, kultury),
- bezpieczeństwo korzystania z usług telekomunikacyjnych,
- bezpieczeństwo usług finansowych (bankowych, ubezpieczeniowych),
- bezpieczeństwo produktów adresowanych do dzieci i osób starszych,
- pułapki i niebezpieczeństwa samoleczenia,
- jakość produktów – certyfikacja i sposoby weryfikacji.

2. Bezpieczeństwo konsumenta w przestrzeni wirtualnej, w tym:

- bezpieczeństwo korzystania z e-usług,
- oszustwa wobec konsumentów w Internecie i sposoby im zapobiegania,
- wyłudzenie danych konsumentów,
- personalizacja ofert i profilowanie konsumentów: szanse i zagrożenia.

3. *Regulacje prawne oraz instytucje odpowiedzialne za bezpieczeństwo konsumentów: teoria vs. praktyka, w tym:*

- *ochrona interesów konsumenta: mity i realia,*
- *rola edukacji konsumentów w budowaniu świadomości konsumentów (na rynku krajowym, paneuropejskim i globalnym),*
- *legislacyjne oraz instytucjonalne uwarunkowania bezpieczeństwa konsumentów,*
- *instytucje i organizacje odpowiedzialne za ochronę interesów konsumenta w Polsce (UOKiK, Inspekcja Handlowa, rzecznicy interesów konsumentów itp.),*
- *lobbying producentów w procesie stanowienia norm.*

Autorzy blisko 45 rozdziałów przedstawią najnowsze osiągnięcia naukowe oraz innowacyjne rozwiązania dla otoczenia gospodarczego.

e) *wskazanie innowacyjnych elementów*

Treść poszczególnych rozdziałów będzie dotyczyć nie tylko teorii. Autorzy wskażą innowacyjne rozwiązania i rekomendacje w ramach podjętej problematyki.

f) *wskazanie formy, w jakiej będzie przedstawiony rezultat*

3 monografie naukowe wydane w formie e-booków.

g) *sylwetki Uczestników zgłaszających Projekt:*

prof. dr hab. Anna Dąbrowska – pracownik Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, kieruje Katedrą Badań Zachowań Konsumentów. Swoje zainteresowania badawcze koncentruje wokół rynku usług (liberalizacji rynku usług, e-usług), konsumpcji towarów i usług w gospodarstwach domowych, zachowań konsumentów na rynku towarów i usług, ochronie i edukacji konsumentów.

prof. dr hab. Mirosława Janoś-Kreśło – profesor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Zainteresowania naukowe: ekonomia, konsumpcja, marketing.

prof. dr hab. Bogdan Mróz – profesor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Zainteresowania naukowe: ekonomia, konsumpcja, marketing, lobbying, gospodarka nieoficjalna.

dr Adrian Lubowiecki-Vikuk – adiunkt w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Interesuje się konsumpcją usług turystycznych, sportowo-rekreacyjnych i medycznych różnych środowisk społecznych. Analizuje trendy na rynku turystyki medycznej w krajach Europy Środkowo-Wschodniej.