

Załącznik nr 4.  
do wniosku dr n. ekon. Magdaleny Syrkiewicz-Świtały o przeprowadzenie postępowania habilitacyjnego

## **Autoreferat**

(opis dorobku i osiągnięć naukowych)

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, which appears to be 'M. Syrkiewicz-Świtała'.

Dąbrowa Górnicza, 2019 r.

## Spis treści

1. Imię i Nazwisko.....	3
2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe.....	3
3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych.....	3
4. Kursy zawodowe krajowe oraz zagraniczne (najważniejsze).....	4
5. Nagrody, odznaczenia i wyróżnienia.....	5
6. Udział w projektach badawczych.....	7
7. Doświadczenie międzynarodowe - staże zagraniczne.....	11
8. Recenzje wydawnicze czasopism naukowych.....	12
9. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz. U. z 2016 r. poz. 1311.).....	13
9.1. Wykaz publikacji stanowiących osiągnięcie naukowe.....	13
9.2. Omówienie celu naukowego.....	15
9.3. Omówienie materiału i metod badawczych.....	16
9.4. Charakterystyka problematyki omawianej w osiągnięciu naukowym.....	19
9.5. Omówienie prac wchodzących w skład osiągnięcia naukowego wraz ze wskazaniem ich ewentualnego wykorzystania i nowatorskiego ujęcia.....	27
9.6. Dodatkowe informacje o prowadzonych badaniach oraz pozostałe artykuły opublikowane z zakresu social media marketingu w ochronie zdrowia.....	35
10. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych.....	39
10.1. Prace opublikowane po uzyskaniu stopnia doktora.....	39
10.2. Prace opublikowane przed uzyskaniem stopnia doktora.....	66
10.3. Prace prezentowane na konferencjach po uzyskaniu stopnia doktora.....	71
10.4. Prace prezentowane na konferencjach przed uzyskaniem stopnia doktora.....	76
10.5. Podsumowanie dorobku naukowego po uzyskaniu stopnia doktora.....	77
11. Członkostwo w Towarzystwach Naukowych.....	78
12. Osiągnięcia w zakresie opieki naukowej i kształcenia młodej kadry.....	78
13. Działalność dydaktyczna i organizacyjna.....	81
14. Popularyzacja nauki.....	84
15. Plany badawcze.....	85

## 1. Imię i Nazwisko

Magdalena Syrkiewicz-Świtła

## 2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe

2012 - 2013 Międzyuczelniane studia podyplomowe *Zarządzanie w ochronie zdrowia (w warunkach Integracji z Unią Europejską)*, Uniwersytet Śląski, Szkoła Zarządzania i Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach.

2008 Uzyskanie z **wyróżnieniem** stopnia doktora w dziedzinie nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu na Wydziale Zarządzania Politechniki Częstochowskiej. Temat rozprawy doktorskiej: *Wpływ public relations na nowe formy zatrudniania w szpitalach klinicznych*.

1999 Uzyskanie tytułu magistra, Wydział Zarządzania, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamieckiego w Katowicach, temat: *Wymiar ekonomiczny reformy służby zdrowia*.

1998 Uzyskanie tytułu licencjata, Wydział Zarządzania, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamieckiego w Katowicach, temat: *Prawa pacjenta*.

## 3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych

01.11.2002 – aktualnie Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, Wydział Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia (wcześniej Zakład Ekonomiki Zdrowia), pracownik naukowo-dydaktyczny, stanowisko – adiunkt (01.10.2011) wcześniej: asystent (01.11.2002 - 30.09.2011)

- 01.10.2008 – aktualnie Akademia WSB (wcześniej Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej), pracownik naukowo-dydaktyczny, umowa-zlecenie
- 01.10.2014 – aktualnie Politechnika Śląska, Wydział Inżynierii Biomedycznej, Zabrze, pracownik naukowo-dydaktyczny, umowa-zlecenie
- 01.10.2005 – aktualnie prowadzenie kursów specjalizacyjnych dla lekarzy w zakresie ekonomiki zdrowia, kurs „Zdrowie Publiczne”, (Śląska Izba Lekarska, wcześniej w Śląskim Centrum Zdrowia Publicznego i w Śląskim Uniwersytecie Medycznym w Katowicach)
- 01.10.2003 – 30.06.2006 Politechnika Częstochowska, Wydział Elektryczny, Instytut Informatyki, Samodzielny Zakład Metod Informatycznych w Ekonomii, pracownik naukowo-dydaktyczny, umowa-zlecenie
- 01.10.2000 – 30.03.2003 Wyższa Szkoła Administracji i Zarządzania w Zawierciu, pracownik naukowo-dydaktyczny, stanowisko – asystent

#### **4. Kursy zawodowe krajowe oraz zagraniczne (najważniejsze)**

- 2013 *Podstawy obsługi platformy e-learningowej Moodle* – Akademia WSB (dawna Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej)
- 2006 *Health Impact Assessment in New Member States and Accession Countries (HIA-NMAC)*
- 2002 *Negocjacje handlowe jako gra cz. II – Kontrakt*
- 2002 *Negocjacje handlowe jako gra cz. I – Kontrakt*
- 2001 *Zaawansowane techniki sprzedaży – Greń Kommunikation*

- 2001 *Techniki sprzedaży i prezentacji* – Greń Kommunikation
- 1999 – 2000 podyplomowy 6-miesięczny cykl w zakresie zarządzania i administracji w zakładach ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych we Francji, Centre National d'Études Supérieures de Sécurité Sociale (CNESSS) Saint-Etienne, obrona pracy na temat: *Vers une meilleure gestion administrative des hopitaux dans le cadre de la reforme en cours en Pologne.*

## 5. Nagrody, odznaczenia i wyróżnienia

### 5.1. Odznaczenia

- 2018 – Odznaka *Zasłużony dla Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach*

### 5.2. Wyróżnienia i nominacje

- 2018 – zajęcie IX miejsca w plebiscycie Dziennika Zachodniego *Nauczyciel na Medal* w kategorii *Nauczyciel Akademicki.*
- 2013 – nominacja JM Rektora Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach Prof. dr hab. n. med. Przemysława Jałowickiego do XIV edycji konkursu *Sukces Roku w Ochronie Zdrowia – Liderzy medycyny* organizowanego przez Termedia w kategorii *Lider Roku 2013 w Ochronie Zdrowia – media – dziennikarstwo informacyjne i edukacyjno-społeczne.*

### 5.3. Nagrody

- 2018 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności organizacyjnej w roku akademickim 2017/2018.
- 2017 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności naukowej za publikację *Perspectives for the use of social media in e-pharmamarketing,*

„Frontiers in Pharmacology” oraz za opublikowanie cyklu prac dotyczących wybranych aspektów funkcjonowania systemów zdrowotnych wybranych przedsiębiorstw medycznych w Polsce i krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

- 2017 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności organizacyjnej w roku akademickim 2016/2017.
- 2016 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności organizacyjnej w roku akademickim 2015/2016.
- 2015 – zespołowa nagroda III stopnia za opracowanie redakcyjne oraz autorstwo podręcznika pt. *Wybrane zagadnienia z zakresu polityki zabezpieczenia społecznego*, pod redakcją P. Romaniuka i K. Kaczmarka, Wyd. Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach, Katowice 2014 r.
- 2014 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności organizacyjnej w roku akademickim 2013/2014.
- 2013 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności dydaktycznej w roku akademickim 2012/2013 za monografię pt. *Zdrowie Publiczne: wybrane zagadnienia*, pod redakcją J. Woźniak-Holeckiej, Wyd. Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach, Katowice 2012 r.
- 2013 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności organizacyjnej w roku akademickim 2012/2013.
- 2012 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności dydaktycznej w roku akademickim 2011/2012 za monografię pt. *Marketing w ochronie zdrowia, Marketing in healthcare*, pod redakcją M. Syrkiewicz-Światły, Wyd. Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach, Katowice 2011 r.
- 2012 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności organizacyjnej w roku akademickim 2011/2012.

- 2011 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności organizacyjnej w roku akademickim 2010/2011.
- 2010 – zespołowa nagroda II stopnia w zakresie działalności dydaktycznej za przygotowanie autorskiego programu specjalności zarządzanie i organizacja w ochronie zdrowia w ramach kierunku zdrowie publiczne.
- 2007 – zespołowa nagroda II stopnia w zakresie działalności dydaktycznej za opracowanie i opublikowanie monografii: *Rynek pracy w ochronie zdrowia oraz Zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia*.
- 2006 – zespołowa nagroda III stopnia w zakresie działalności dydaktycznej w roku akademickim 2005/2006 za przygotowanie i wdrożenie autorskiego programu nauczania ekonomiki zdrowia dla studentów kierunku zdrowie publiczne.

## **6. Udział w projektach badawczych**

### **6.1. Wykonawca w projektach europejskich**

- Wykonawca badań w projekcie finansowanym przez Komisję Europejską, Dyrektoriat C-Zdrowie Publiczne i Ocena Ryzyka, Dyrektoriat Generalny Zdrowia i Ochrony Konsumentów. Temat projektu: *Health Impact Assessment in new member states and pre-accession countries (HIA-NMAC)*. Realizator projektu: Wydział Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. DG SANCO grant nr 2004128. Projekt zakończony.

### **6.2. Wykonawca w projektach polskich**

- Wykonawca badań w projekcie Zdrowie publiczne finansowanym przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, który stanowi uzupełnienie grantu UE. Temat projektu: *Ocena wpływu na zdrowie w nowych krajach członkowskich i krajach przedakcesyjnych*, akronim HIA-NMAC w ramach Public Health 2003–2008 Health Promotion na podstawie kontraktu zawartego z Komisją

Europejską nr 2004128. Umowa nr 78/Zdrowie Publiczne/2007/7. Realizator projektu: Wydział Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. Projekt zakończony.

- Wykonawca badań w projekcie finansowanym przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Zdrowie Publiczne. Temat projektu: *Funkcjonowanie sektora podstawowej opieki zdrowotnej w oparciu o praktykę lekarza rodzinnego na tle reform systemu zdrowotnego w Polsce*. Realizator projektu: Wydział Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. Nr 2057/P01/2007/32. Projekt zakończony.

### 6.3. Kierownik projektów

- Kierownik badań/Śląsk (badania dwuśrodkowe 2016–2018), temat projektu: *Wyzwania systemu informatycznego w sprawowaniu opieki nad pacjentem w aspekcie komunikacji i wykorzystywania mediów społecznościowych w działalności szpitala*. Współkierownik i współrealizator projektu: dr n. ekon. Magdalena Syrkiewicz-Światała, Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach oraz dr n. o zdr. Agnieszka Strzelecka, Instytut Zdrowia Publicznego Wydziału Lekarskiego i Nauk o Zdrowiu Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach.
- Kierownik badań (badania statutowe 2016), temat projektu: *Social media marketing w komunikacji szpitali klinicznych z otoczeniem*, Realizator projektu: Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Kierownik badań (badania indywidualne 2012), temat projektu: *Wykorzystanie social media marketingu w komunikacji jednostki leczniczej z pokoleniem Y (woj. śląskie)*. Realizator projektu: Syrkiewicz-Światała M., adiunkt Zakładu Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.



- Kierownik badań (badania indywidualne 2011–2012), temat projektu: *Social media marketing jako współczesna koncepcja komunikowania się jednostek ochrony zdrowia z otoczeniem*. Realizator projektu: Syrkiewicz-Światała M., adiunkt Zakładu Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Kierownik badań (badania indywidualne 2010–2011), temat projektu: *Zastosowanie zintegrowanych narzędzi marketingowej promocji i komunikacji w ochronie zdrowia*. Realizator projektu: Syrkiewicz-Światała M., adiunkt/asystent Zakładu Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Kierownik badań (badania własne 2010), temat projektu: *Marketing społeczny w percepcji studentów Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiego Uniwersytetu Medycznego*. Projekt finansowany ze środków Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. Realizator projektu: Syrkiewicz-Światała M., asystent Zakładu Ekonomiki Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Kierownik badań (badania własne 2008), temat projektu: *Działania public relations w szpitalach klinicznych województwa małopolskiego*. Projekt finansowany ze środków Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. Realizator projektu: Syrkiewicz-Światała M., asystent Zakładu Ekonomiki Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Kierownik badań (badania własne 2007), temat projektu: *Działania public relations w szpitalach klinicznych województwa mazowieckiego*. Projekt finansowany ze środków Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. Realizator projektu: Syrkiewicz-Światała M., asystent Zakładu Ekonomiki Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Kierownik badań (badania własne 2006), temat projektu: *Działania public relations w szpitalach klinicznych województwa śląskiego*. Projekt finansowany ze środków

Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. Realizator projektu: Syrkiewicz-Światała M., asystent Zakładu Ekonomiki Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.

#### 6.4. Wykonawca w pozostałych projektach

- Wykonawca badań (badania statutowe 2018), temat projektu: *Samorządowe programy polityki zdrowotnej jako forma realizacji zadań z zakresu zdrowia publicznego*, Realizator projektu: Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach
- Wykonawca badań (badania statutowe 2017), temat projektu: *Praktyczny wymiar stosowania map potrzeb zdrowotnych w zarządzaniu strategicznym w onkologii*, Realizator projektu: Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach
- Wykonawca badań (badania statutowe 2015), temat projektu: *Wykluczenie cyfrowe w ochronie zdrowia*, Realizator projektu: Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach
- Wykonawca badań (badania statutowe 2014), temat projektu: *Social media marketing w komunikacji jednostki leczniczej z pokoleniem Y*, Realizator projektu: Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach
- Wykonawca badań (badania statutowe 2013), temat projektu: *Usługa zdrowotna jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej w regionie*, Realizator projektu: Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach

- Wykonawca badań (badania statutowe 2012), temat projektu: *Ekonomia społeczna sektora ochrony zdrowia*. Realizator projektu: Zakład Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach
- Wykonawca badań (badania statutowe 2011), temat projektu: *Strategiczna transformacja polskich firm: od restrukturyzacji do strategii rozwoju zewnętrznego*. Realizator projektu: Katedra Zarządzania, Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej.
- Wykonawca badań (badania statutowe 2006), temat projektu: *Ocena jakości usług medycznych na przykładzie gabinetów stomatologicznych w wybranych miastach województwa Śląskiego*. Realizator projektu: Zakład Ekonomiki Zdrowia Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.

#### **6.5. Uczestnik projektu eksperckiego**

- Ekspert ochrony zdrowia – czynne uczestnictwo w badaniu eksperckim metodą Delphi – runda I (lipiec 2012 r.), runda II (sierpień 2012 r.), badanie realizowane w ramach projektu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego *Badanie poziomu świadczonych usług zdrowotnych w wybranych jednostkach ochrony zdrowia w kontekście diagnozy poziomu rozwoju regionalnych usług publicznych oraz prognozy ich zapotrzebowania i wpływu na sytuację rynku pracy w świetle tendencji demograficznych oraz społeczno-gospodarczych*.

### **7. Doświadczenie międzynarodowe - staże zagraniczne**

Odbyłam staże naukowo-dydaktyczne w Japonii, na Ukrainie oraz we Francji:

- 10.07.–07.08.2017 r. Japonia – visiting researcher at Faculty of Economics and Business in Hokkaido University, Sapporo 2017 r.
- 19-23.12.2016 r. Ukraina – Sumy State University, cycle of lectures (8h) on the E- healthmarketing. Polish experience, Sumy 2016 r.

- 27.09.1999 r. – 24.03.2000 r. Francja – podyplomowy 6-miesięczny cykl w zakresie zarządzania i administracji w zakładach ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych we Francji, Centre National d'Études Supérieures de Sécurité Sociale (CNESS) Saint-Etienne, obrona pracy na temat: *Vers une meilleure gestion administrative des hopitaux dans le cadre de la reforme en cours en Pologne*, staże praktyczne w instytucjach: L'Agence Regionale de l'Hospitalisation de Lyon, Hospices Civils de Lyon, Caisse Regionale d'Assurance Maladie „Rhone-Alpes”, Direction Regionale des Affaires Sanitaires et Sociales de Lyon, szpitalach publicznych i klinikach prywatnych w Lyon, Saint-Etienne/Lyon, 1999–2000 r.

Poza naukowo-dydaktycznymi stażami zagranicznymi uczestniczyłam w międzynarodowych konferencjach naukowych. Pełniłam w nich funkcję członka lub sekretarza komitetów organizacyjnych bądź naukowych. Podczas kilku międzynarodowych konferencji prowadziłam lub moderowałam sesje tematyczne (pełną informację na ten temat zamieściłam w niniejszym autoreferacie, w podpunktach poświęconych konferencjom naukowym oraz pracom organizacyjnym).

## 8. Recenzje wydawnicze czasopism naukowych

- Od 2018 r. w gronie recenzentów czasopisma „Onkotarget”, Czasopismo umieszczone na liście filadelfijskiej, [**Impact Factor ISI za 2016 r.: 5,168** ].
- Od 2017 r. w gronie recenzentów czasopisma „Frontiers in Public Health” specjalności Health Economics. Czasopismo umieszczone na liście filadelfijskiej.
- Od 2017 r. w gronie recenzentów czasopisma „Scandinavian Journal of Public Health”. Czasopismo umieszczone na liście filadelfijskiej [**Impact Factor ISI za 2016 r.: 1,339**].
- Od 2017 r. w gronie recenzentów czasopisma „Ekonomia – Wrocław Economic Review” [**MNiSW: 6** ].

- Od 2016 r. w gronie recenzentów czasopisma „Public Health Forum”. [MNiSW: 7 ].
- Od 2015 r. w gronie recenzentów czasopisma „Medycyna Pracy”. Czasopismo umieszczone na liście filadelfijskiej [Impact Factor ISI za 2015r.: 0,401].
- Od 2012 r. w gronie ekspertów i recenzentów czasopisma „Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu”, czasopismo włączone do bazy Index Copernicus Journals Master List [MNiSW: 6 ].

## 9. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz. U. z 2016 r. poz. 1311.)

Jako osiągnięcie naukowe zgłaszam jednotematyczny cykl publikacji pt.

### **Marketing społecznościowy w ochronie zdrowia**

#### 9.1. Wykaz publikacji stanowiących osiągnięcie naukowe

1. Syrkiewicz-Świtała M., Romaniuk P., Ptak E., *Perspectives for the use of social media in e-pharmamarketing*, „Frontiers in Pharmacology”, Nov. 2016, Vol. 7, Article 445, pp. 1–5, open access, Czasopismo umieszczone na liście filadelfijskiej, doi: 10.3389/fphar.2016.00445, [Impact Factor ISI: 4,4] [MNiSW: 40].
2. Syrkiewicz-Świtała M., *Development opportunities for the use of social media marketing in health promotion*, “The Annals of Center for Regional Economic and Business Networks (REBN)”, Volume 8, March 2019, pp.1–9, Faculty of Economics and Business in Hokkaido University, Sapporo, Japan 2019. [uznane i znaczące czasopismo w Japonii, bez punktacji MNiSW].
3. Syrkiewicz-Świtała M., Holecki T, Sobczyk K., Wróblewski M., Lar K., *Using social media and social media marketing tools in health promotion by Polish communes, (Korzystanie z mediów społecznościowych i narzędzi social media marketingu w promocji zdrowia przez polskie gminy.)* „Journal of Public Health, Nursing and Medical Rescue”, 2015, Nr 1, pp. 59–64, [MNiSW: 11].

4. **Syrkiewicz-Świłała M.**, Romaniuk P., Strzelecka A., Lar K., Holecki T., *Prospects for the use of social media marketing instruments in health promotion by polish marshal offices* „Frontiers in Public Health”, March 2018, Vol. 6, Article 65, pp. 1–7, open access, original research, Czasopismo umieszczone na liście filadelfijskiej, doi: 10.3389/fpubh.2018.00065, [MNiSW: 5, **czasopismo ma uzyskać wskaźnik IF za 2018 r.**, wartość zostanie podana w lipcu 2019 r., ulegnie zmianie także punktacja MNiSW].
5. **Syrkiewicz-Świłała M.**, *Uwarunkowania procesu rekomendowania usług zdrowotnych przez przedstawicieli pokolenia Y w aspekcie social media marketingu*, „Marketing i rynek” 2014, Nr 11, ss. 474–482, Wyd. PWE, p-ISSN 1231-7853, [MNiSW: aktualnie posiada 9 pkt., w 2014: 6].
6. **Syrkiewicz-Świłała M.**, *Facebook - medium komunikacji marketingowej w ochronie zdrowia*, „Zarządzenie Mediami” 2015, T.3, nr 3, ss. 197–205, e-ISSN 2354-0214, [MNiSW: 6].
7. **Syrkiewicz-Świłała M.**, *Social media marketing – nie tylko dla pokolenia Y*, [w:] Zarządzanie współczesnymi organizacjami gospodarczymi w procesie wzrostu innowacyjności i globalizacji gospodarki, Red.: U. Wąsikiewicz-Rusnak, Wyd. Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Dąbrowa Górnicza 2015, ss. 157–163, [rozdział w monografii w j. pol., MNiSW: 4].
8. **Syrkiewicz-Świłała M.**, *The importance of health information obtained via Internet in the opinion of Generation Y in terms of possibility of using social media marketing to promote health services*, [w:] Health for public, public for health. Health systems in V4 countries, Red.: P. Romaniuk, E. Grochowska-Niedworok, Wyd. Fundacja na Rzecz Promocji Nauki i Rozwoju TYGIEL, Lublin 2016, pp. 160–170, [rozdział w monografii w j. ang., MNiSW: 5].
9. **Syrkiewicz-Świłała M.**, Holecki T., Lar K., *Social media w komunikacji marketingowej wykorzystywane przez polskie urzędy wojewódzkie w promocji zdrowia*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 867, Problemy zarządzania, finansów i marketingu Nr 40, Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty, Komunikacja marketingowa w sferze publicznej i społecznej, Red.: A. Smalec, Szczecin 2015, ss. 207–216, doi: 10.18276/pzfm.2015.40.17, [MNiSW: 9].
10. **Syrkiewicz-Świłała M.**, Sobczyk K., Holecki T., *Wykorzystanie narzędzi social media marketingu przez polskie organizacje pozarządowe w komunikacji z otoczeniem na rzecz promocji zdrowia*,

Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 875, Problemy zarządzania, finansów i marketingu Nr 41, 2015, ss. 177–185, doi: 10.18276/pzfm.2015.41/1-14, [MNiSW: 9].

- 11. Syrkiewicz-Światała M.**, (red.), *Marketing w ochronie zdrowia, [Marketing in health care.]*, Wyd. Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, Katowice 2011, 196 ss., **Monografia**, p-ISBN: 978-7509-174-8, [(red.: 4; autorstwo lub współautorstwo 9 rozdziałów:  $9 \cdot 4 = 36$ ); MNiSW: 40].

Łączna wartość punktów w prezentowanym cyklu **IF: 4,4; MNiSW: 135**

Sumaryczna ilość punktów w całym dorobku **IF: 7,593; MNiSW: 666**

Oświadczenia współautorów określające indywidualny wkład każdego z nich oraz określenie mojego indywidualnego wkładu w powstanie prezentowanych publikacji stanowią załącznik do niniejszego wniosku.

## 9.2. Omówienie celu naukowego

Celem badawczym było określenie znaczenia i roli marketingu społecznościowego w ochronie zdrowia w aspekcie możliwości wykorzystywania go do działań w zakresie promocji zdrowia i promocji usług oraz produktów leczniczych na specyficznym rynku ochrony zdrowia. Problem badawczy został przeanalizowany na trzech płaszczyznach, z punktu widzenia kilku grup interesów rynku ochrony zdrowia:

- 1) organizacji non-profit: jednostek samorządu terytorialnego (województwa, powiatu i gminy) wojewódzkich organów rządowych (urzędów wojewódzkich) oraz organizacji pozarządowych (tj. fundacji, stowarzyszeń, klubów, centrów integracji społecznej itp.), których zadaniem jest propagowanie zdrowia oraz dbanie o dobrą kondycję zdrowotną populacji (badanie ogólnopolskie);
- 2) organizacji profit – przedsiębiorstw komercyjnych, których głównym zadaniem jest działanie dla zysku, ale również dbanie o pozytywny wizerunek i propagowanie zdrowia: firmy farmaceutyczne (analiza 50 największych firm farmaceutycznych działających na terenie Polski);
- 3) odbiorców (beneficjentów) komunikatów z zakresu promocji zdrowia i osób korzystających ze świadczeń zdrowotnych: potencjalnych pacjentów, tę grupę

przeanalizowano w rozróżnieniu wiekowym: osoby powyżej 55 roku życia oraz osoby młode z pokolenia Y (badanie obejmujące obszar woj. śląskiego oraz analiza źródeł wtórnych).

Zakłada się, że polscy internauci używają obecnie mediów społecznościowych w celu poszukiwania wszelkich informacji służących poprawie lub utrzymaniu zdrowia, co pozwala na wykorzystywanie przez organizacje funkcjonujące na polskim rynku ochrony zdrowia narzędzi social media marketingu do wzmocnienia przekazów o charakterze prozdrowotnym, skierowanym do współczesnego, „cyfrowego” społeczeństwa informacyjnego.

### 9.3. Omówienie materiału i metod badawczych

- **Podstawą opracowania części teoretycznych lub przeglądowych** prezentowanych publikacji były studia literaturowe obejmujące: opracowania zwarte, czasopisma naukowe, źródła statystyczne, raporty, publikacje internetowe oraz inne dostępne materiały dotyczące poruszanej tematyki. W publikacjach wykorzystane zostały studia literaturowe w zakresie pozycji polskich i zagranicznych.
- **Jednostki samorządu terytorialnego oraz organizacje non-profit.** Badanie zostało skierowane do reprezentatywnej próby badawczej wyłonionej proporcjonalnie z liczby wszystkich podmiotów jednostek podziału terytorialnego państwa (ok. 2,5 tys. gmin z rozróżnieniem na gminy wiejskie, miejskie i wiejsko-miejskie, ok. 380 powiatów z rozróżnieniem na powiaty grodzkie i ziemskie, 16 województw), wojewódzkich organów rządowych (16 urzędów wojewódzkich) oraz organizacji pozarządowych działających w obszarze ochrony zdrowia (kompletna baza obejmuje 11 tys. podmiotów, z czego ich realna aktywność została przed rozpoczęciem badania poddana weryfikacji) z zachowaniem terytorialnych proporcji. Ostatecznie przebadano: 14 urzędów marszałkowskich, 13 urzędów wojewódzkich, 207 gmin oraz 305 przedstawicieli podmiotów sektora non-profit, deklarujących podejmowanie działań z zakresu ochrony i promocji zdrowia według ogólnopolskiej bazy organizacji pozarządowych, zarządzanej i udostępnianej przez Stowarzyszenie Klon/Jawor. Wszystkie wymienione jednostki oraz organizacje zakwalifikowane do badania wyraziły zgodę na ich przeprowadzenie. W związku ze zbyt małą reprezentatywnością powiatów, nie byłoby możliwe przeprowadzenie analiz statystycznych i wnioskowanie,



dlatego wyniki tego badania nie zostały przedstawione w prezentowanym cyklu. Cały projekt badawczy dotyczył zaangażowania społecznego jednostek samorządów terytorialnych, wojewódzkich organów rządowych oraz organizacji pozarządowych funkcjonujących na terenie Polski. Moja część badawcza obejmowała w szczególności zagadnienia związane z wykorzystywaniem social media marketingu do działań w zakresie promocji zdrowia przez badane podmioty.

Badanie ogólnopolskie przeprowadzono w 2013 r. dwoma metodami: główną CAWI (Computer-Assisted Web Interview) i uzupełniającą CATI (Computer Assisted Telephone Interview) za pomocą jednego przygotowanego narzędzia badawczego, jakim był autorski kwestionariusz ankiety. W pierwszej kolejności wykorzystano ankietę internetową (CAWI). Powodem wyboru tej metody badawczej była chęć obniżenia kosztów oraz czasu pozyskiwania danych, wyeliminowanie błędu wynikającego z wpływu osoby przeprowadzającej badanie, zwiększenie poczucia anonimowości u respondenta, precyzyjnego dotarcia do respondentów za pomocą posiadanej listy mailingowej oraz dowolność wyboru czasu i miejsca wypełnienia ankiety przez osoby badane. Zastosowanie tej metody badawczej i uzyskanie reprezentatywnej próby dla badanej populacji było możliwe tylko dzięki temu, że wszystkie badane podmioty posiadały dostęp do Internetu. Dla grupy docelowej badania CAWI udostępniono *helpdesk* zarówno telefoniczny (dni robocze 8:30–16:30), jak i mailowy (dostępny 24/7). Dzięki temu uczestnik badania mógł dodatkowo skontaktować się osobiście i uzyskać informacje zarówno na tematy techniczne związane z wypełnieniem ankiety, jak i informacje na temat samego badania oraz spraw z nim związanych. W związku z brakiem oczekiwanej stopy zwrotu uzupełniono brakującą liczbę ankiet o wywiad telefoniczny (CATI - Computer Assisted Telephone Interview). W tym celu uruchomione zostało studio *call center*, co pozwoliło na dodatkowe przeprowadzenie ankiety drogą telefoniczną przez doświadczonego ankietera. Technika miała zapewnić większe prawdopodobieństwo udzielenia odpowiedzi. Do jej wyboru przyczyniły się jeszcze inne jej zalety takie jak: szybkość przeprowadzonego wywiadu oraz zapewnienie wysokiego stopnia kontroli badacza nad jakością prowadzonego wywiadu. Dodatkową funkcjonalnością była automatyzacja filtrów, które ograniczają do minimum możliwość wystąpienia błędów i braków danych. Metoda ta stwarza również możliwość bieżącej kontroli pracy ankieterów, co zwiększa rzetelność i jakość uzyskiwanych danych. Badania CATI zrealizowano za pomocą nowoczesnego autorskiego oprogramowania eCRF.biz™.

W pierwszej kolejności drogą elektroniczną wysłano zaproszenia do udziału w badaniu do wszystkich jednostek samorządu terytorialnego, urzędów wojewódzkich i NGOs z całej Polski. Zaproszenia zawierały: pismo przewodnie, podstawowe informacje o realizowanym projekcie, a także hiperłącze do kwestionariusza ankiety (CAWI). E-maile skierowane zostały do jednostek zajmujących się tematyką zdrowotną. Wykonano trzy mailingi w odstępach kilkudniowych. Próba miała więc charakter populacyjny i nie opierała się na losowaniu jednostek. Z powodu zbyt niskiego wskaźnika *response rate* została zastosowana technika CATI. W celu uzupełnienia brakującej liczby ankiet, uruchomiono studio *call center* (CATI). Badanie CATI przeprowadzono na wszystkich podmiotach, które nie udzieliły odpowiedzi podczas badania CAWI. W tym przypadku respondentów dobrano w sposób losowy prosty i dzięki temu wszystkie podmioty miały takie same szanse na wylosowanie do próby. Przeanalizowano wszystkie poprawnie wypełnione ankiety. Wyniki opracowano za pośrednictwem standardowych metod statystycznych z wykorzystaniem programu STATISTICA 10 dla części badań o charakterze ilościowym oraz z wykorzystaniem podstawowych metod opisowo-statystycznych dla części badań jakościowych, na podstawie procedur dostępnych w oprogramowaniu MS Excel i MS Word.

- **Organizacje profit – firmy farmaceutyczne.** Badanie ogólnopolskie zostało przeprowadzone wśród 50 firm farmaceutycznych, które uzyskały najwyższe wartości sprzedaży leków Rx i OTC w Polsce wg. listy rankingowej z roku 2014 (źródło: *Pharmaceutical Representative luty–marzec 2014/nr1(31) TOP 50*). Do badania zakwalifikowano tylko te firmy, które prowadziły w tym czasie działalność na terenie Polski. Wszyscy respondenci otrzymali gwarancję anonimowości ankiety i wyrazili zgodę na zbiorcze wykorzystanie wyników do celów opracowań naukowych. Narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz ankiety, który rozesłano do firm drogą mailową. Zastosowano zatem metodę CAWI oraz wnikliwą analizę źródeł wtórnych. Zgromadzone dane wprowadzono oraz poddano obróbce w programie MS Excel. Wyniki opracowano za pośrednictwem standardowych metod statystycznych z użyciem programu STATISTICA 12. Badanie przeprowadzono w 2015 r.
- **Odbiorcy komunikatów z zakresu promocji zdrowia i osoby korzystające ze świadczeń zdrowotnych / potencjalni pacjenci.** Obserwacja obejmowała dwie grupy wiekowe: 55+ oraz pokolenie Y. Pierwszą grupę wiekową 55+ przeanalizowano na podstawie źródeł wtórnych, głównie raportów. Drugą grupę na podstawie przeprowadzonych badań skierowanych do wszystkich osób z Pokolenia Y

zamieszkujących województwo śląskie (studiujących, uczących się lub pracujących w woj. śląskim). Badanie to przeprowadzono w 2013 r. Główną metodą badawczą była metoda sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem metody CAWI (Computer-Assisted Web Interview). Narzędziem badawczym był ustrukturyzowany kwestionariusz ankiety z jawnym celem. Kwestionariusz elektroniczny umieszczono na stronie internetowej serwisu zajmującego się tworzeniem i analizą ankiet – [www.interankiety.pl](http://www.interankiety.pl). Dobór próby był celowy, nielosowy z wykorzystaniem metody „kuli śniegowej”, która w sposób bardzo precyzyjny pozwoliła na dotarcie do wybranej grupy docelowej. W ankiecie udział wzięło 371 osób. Po odrzuceniu 21 kwestionariuszy wypełnionych niekompletnie, bądź w niewłaściwy sposób, ostatecznej analizie poddano 350 prawidłowo wypełnionych ankiet. Do celów analitycznych wyniki badania ankietowego wprowadzono do komputerowej bazy danych. Po ich przetworzeniu dokonano wnikliwej analizy i interpretacji wyników z wykorzystaniem podstawowych metod opisowo-statystycznych dla badań jakościowych na podstawie procedur dostępnych w oprogramowaniu MS Excel i MS Word oraz sformułowano wnioski. Ponadto w celu opracowania badań porównawczych (komparystycznych) dla obu grup wiekowych przeanalizowano źródła wtórne.

#### **9.4. Charakterystyka problematyki omawianej w osiągnięciu naukowym**

Od połowy lat 90. XX wieku wraz z pojawieniem się na świecie pierwszych portali społecznościowych i ich szybkim rozwojem, zmienił się sposób wykorzystywania Internetu. Użytkownicy tego medium, oprócz poszukiwania informacji czy wysyłania poczty zaczęli tworzyć grupy i łączyć się w swoiste sieci, wymieniając się poglądami na temat: swojego stylu życia, zainteresowań, rodziny i znajomych, nurtujących ich tematów związanych z hobby lub otaczającego ich świata oraz opinii na temat produktów bądź usług, z jakich korzystają. Informacje dotyczące ich poglądów na temat konkretnych idei, jakimi się kierują lub dóbr, z jakich korzystają, pozwalają na określenie ich wzorców konsumpcyjnych i potrzeb. Użytkownicy sieci, wymieniając opinie, stają się nierzadko prosumentami określonych marek [35]. W związku z powyższym coraz więcej organizacji rozpoczyna wykorzystywanie mediów społecznościowych do swojej działalności marketingowej.

Social media marketing (SMM), w polskim tłumaczeniu – marketing społecznościowy, ma wiele definicji w literaturze przedmiotu [8; 9; 15; 19; 20; 21; 23; 50]. Posiłkując się

przeprowadzoną przeze mnie wnikliwą kwerendą biblioteczną określiłam, w wąskim ujęciu, że social media marketing to realizacja działań marketingowych za pośrednictwem mediów społecznościowych z wykorzystaniem współczesnych technologii. W szerokim ujęciu przyjąłabym, że social media marketing to rodzaj marketingu, który wykorzystuje media społecznościowe oraz narzędzia współczesnej technologii do wyjątkowo spersonalizowanego i precyzyjnego dotarcia do grup docelowych (społeczności), a także interaktywnego kontaktu z jej użytkownikami/klientami w celu: kształtowania ich postaw; badania ich potrzeb i wzorców konsumpcji; kreowania wizerunku marki; budowania przewagi konkurencyjnej oraz relacji z interesariuszami organizacji; realizacji polityki ustanawiania cen; docierania z przekazem promocyjnym do potencjalnych nabywców; budowania kanałów dystrybucyjnych czyli miejsc i sposobów pozyskiwania dóbr, aby zapewnić wymianę zgodną zarówno z oczekiwaniami klientów, jak i samej organizacji.

SMM to jedna z form e-marketingu rozwijająca się wraz z ekspansją Internetu i jego stałym rozwojem oraz popularnością mediów społecznościowych. Obserwuje się stały rozwój instrumentarium należącego do marketingu społecznościowego opartego na możliwościach dostarczanych przez same media społecznościowe. Obecnie do szerokiego wachlarza narzędzi SMM można zaliczyć m.in. [36]: tworzenie własnego profilu (własnej strony) umożliwiającego autoprezentację oraz pozwalającego na umieszczanie ważnych dla użytkownika informacji; budowanie baz danych poprzez tworzenie listy kontaktów; inicjowanie, uczestniczenie lub moderowanie forami dyskusyjnymi; tworzenie fanpage'y, co umożliwia prezentowanie treści tekstowych, graficznych, fotograficznych i filmowych informujących o nowościach, promocjach, wydarzeniach; współdzielenie się zasobami i wydarzeniami; przesyłanie wiadomości pomiędzy użytkownikami danego medium społecznościowego za pośrednictwem poczty; czatowanie, umożliwiające prowadzenie dyskusji on-line bez bariery czasu i przestrzeni; tworzenie gier.

SMM polega na generowaniu ruchu w Internecie z wykorzystaniem mediów społecznościowych, w skład których wchodzi [33]: serwisy społecznościowe, blogi, mikroblogi, bazy wiedzy typu Wiki, wirtualne światy gier, wirtualne światy społecznościowe. Do najbardziej znanych serwisów społecznościowych zaliczyć można (podane chronologicznie wraz z rokiem ich powstania w Polsce) [2; 4; 12; 13; 24; 25; 26; 34; 43; 44; 45; 46; 47; 49]: Fotka.pl (2001), Wikipedia (2001), Wykop.pl (2005), GoldenLine (2005), Classmates.com/nk.pl (2006), Blogger.com (2007), You Tube (2007), My Space (2008), Facebook (2008), Twitter (2011), Instagram (2011), Google + (2011), LinkedIn (2012), Pinterest (2013). Media te można podzielić ze względu na pełnione przez nie funkcje, na te,

które umożliwiają [2; 4; 12; 13; 22; 24; 25; 26; 34; 43; 44; 45; 46; 47; 49]: wymianę opinii oraz poglądów (Blogi, Wiki); wymianę zasobów (You Tube, Slideshare, Flicr, Dropbox); ukierunkowane na dyskusję (fora, czaty); nawiązanie i podtrzymanie relacji (Facebook, Nasza Klasa, LinkedIn); komentowanie aktualnych wiadomości i informowanie (Mikroblogi typu Twitter, Livestream); czy na ich współtworzenie (Google Docs, Wiki). Oczywiście media te różnią się popularnością oraz aktywnością w nich internautów. Na podstawie Raportu Global Digital 2019 szacuje się, że obecnie najczęściej używanym serwisem jest You Tube, a najintensywniej wykorzystywanym Facebook [32]. Korzysta z nich odpowiednio 92% i 89% użytkowników [32]. Obie te platformy są aktualnie najpopularniejszymi serwisami społecznościowymi w Polsce i na świecie, a ponad połowa internautów z nich korzystających deklaruje, że odwiedza je co najmniej raz dziennie.

Bogactwo instrumentarium internetowego wykorzystywanego w działaniach marketingowych oraz przybywająca grupa aktywnych internautów prognozują, że social media marketing w najbliższej przyszłości będzie się nadal dynamicznie rozwijał [12]. Ma on jednak swoje wady i zalety. Do najważniejszych zalet zaliczyć można [22; 29; 31; 36; 37; 40; 50]: zasięg umożliwiający na dotarcie do szerokiego grona odbiorców; szybkość przepływu informacji; brak bariery przestrzeni oraz czasu; powszechny oraz bezpłatny do nich dostęp; niski koszt ich obsługi; brak konieczności posiadania większych umiejętności w celu korzystania z tych mediów; interaktywność, możliwość bezpośredniej interakcji; otwarta forma, która umożliwia modyfikację treści i stałe edytowanie przekazu; sposobność poznania oczekiwań i potrzeb klientów; dopasowanie przekazu do zainteresowań i profilu jego użytkowników; budowanie relacji z precyzyjnie dobranymi grupami docelowymi; zwiększenie rozpoznawalności marki; możliwość monitorowania konkurencji. Marketing społecznościowy oparty jest na przekazywaniu informacji oraz na rekomendacjach. Wymaga efektywnego zarządzania m.in. fanpage'em marki/firmy/institucji. Ponieważ SMM koncentruje się na dwukierunkowej, interaktywnej komunikacji, wymusza też stałe monitorowanie zamieszczanych w nich informacji, co można pochytywać za jeden z jego minusów. Do najistotniejszych wad marketingu społecznościowego zaliczyć można [22; 29; 31; 36; 37; 40; 50]: czasochłonność obsługi portalu społecznościowego, która wymaga dużego zaangażowania ze strony pracowników (24/7); konieczność stałego przekazywania atrakcyjnych i aktualnych treści; brak natychmiastowej informacji o efektach prowadzonych działań, co wpływa na długofalowość procesu marketingowego w social media; konieczność stałego monitorowania treści umieszczanych przez organizację oraz pozostałych użytkowników danego portalu; brak kontroli nad obiegiem przesyłanych w sieci informacji, dotyczy to zwłaszcza negatywnych

i nieprzychylnych opinii; konieczność wyznaczenia osoby lub osób zajmujących się SMM w organizacji lub wykupienie takich usług w firmach zewnętrznych, które w sposób profesjonalny zajmują się obsługą marketingową w mediach społecznościowych; niebezpieczeństwo „nachalności promocyjnej” ze strony organizacji; brak dostępu i automatyczne wykluczenie z relacji osób, które nie korzystają z Internetu i tym samym z mediów społecznościowych.

Monitorowanie działań SMM nie należy do najłatwiejszych. W głównej mierze opiera się na analizach treści i analizach ilościowych [3; 10; 18; 28]. Analizy treści (jakościowe) bazują na badaniu zawartości zamieszczanych przez użytkowników informacji m.in. komentarzy i prezentowanych opinii internautów. Przeprowadzane audyty służą poznaniu poglądów i potrzeb użytkowników/grup docelowych względem danej marki, usługi, produktu lub idei. Analizy ilościowe, opierające się na danych statystycznych, przeprowadzane są przy użyciu wskaźników określających aktywność użytkowników mediów społecznościowych, do których zalicza się [3; 10; 18; 28]: liczbę osób korzystających z danego medium w badanym okresie; liczbę odsłon danej treści; czas spędzony w danym medium lub na danej stronie; średni czas korzystania z niego przez internautów lub średni czas wyświetlania danych treści; zasięg terytorialny zainteresowanych użytkowników; dostosowania i dopasowania użytkowników lub wyświetleń o określonej treści do grupy docelowej. Wskaźniki te badane są między innymi przez firmę Megapanel PBI/Geminus. Na uwagę zasługuje również fakt, że niektóre portale społecznościowe (np. Facebook) posiadają już wewnątrz wbudowaną analizę statystyczną. Za jej pośrednictwem portal oraz organizacje są w stanie monitorować takie zmienne, jak: odsłony, udostępnienia czy polubienia. Powstały także inne narzędzia pozwalające na analizę wyników procesów marketingowych prowadzonych w social media. Można do nich zaliczyć m.in. [1; 14; 17; 27; 30; 39; 41]: Hootsuite, Buffer, Sprout Socia, Over-Graph, czy Wisetrends. Hootsuite pozwala na analizę wyników, jakie uzyskuje marka w mediach społecznościowych, generowanie raportów ich aktywności w cyberprzestrzeni i bezpośrednio kreowanie przyszłych jej działań w tych mediach. Można ją stosować też na urządzeniach mobilnych, co ułatwia taką analizę, zwłaszcza małym przedsiębiorstwom. Buffer pozwala na efektywne nadawanie przyszłych postów i odbierany jest jako jedna z najbardziej wiarygodnych platform do zarządzania w social media. Sprout Socia jest chętnie wybieraną platformą z powodu jej przystępnej formy użytkowania i możliwości zarządzania publikowanymi informacjami z wykorzystaniem urządzeń mobilnych. Pozwala to na szybką analizę nowych wpisów i ich aktualizację. Over-Graph, jako jedna z niewielu, jest platformą darmową i chętnie wybieraną przez duże firmy o zasięgu międzynarodowym, nie posiada niestety oprogramowania

polskojęzycznego. Platforma ta daje natomiast możliwość monitorowania kont użytkowników zarejestrowanych na najpopularniejszych portalach społecznościowych, śledzenie ich aktywności oraz publikowanie identycznych informacji na wszystkich portalach i kontach jednocześnie, co skutkuje redukcją czasu potrzebnego na zarządzanie w SMM. Polskim odpowiednikiem Over-Graph jest Wisetrends, który nie ma tak dużego zasięgu, ale pozwala na segregację i klasyfikację analizowanych fanpage'y [1; 14; 17; 27; 30; 39; 41]. Umożliwia to udoskonalanie interaktywnej komunikacji z odbiorcami opracowywanych treści lub monitorowanie i przeprowadzanie analiz porównawczych, np. z konkurentami danej organizacji.

Użytkowników, którzy tworzą wirtualną przestrzeń w mediach społecznościowych można podzielić na: osoby indywidualne; grupy internautów zrzeszonych wokół danego zagadnienia/problemu/hobby; organizacje profit – przedsiębiorstwa komercyjne, organizacje non-profit – w tym także instytucje rządowe i samorządowe. Powszechność mediów społecznościowych z roku na rok wzrasta. Przytaczane już dane z Raportu Global Digital 2019 wskazują, że obecnie ponad 4,4 miliarda ludzi na świecie jest użytkownikami Internetu, z czego prawie 3,5 miliarda osób korzysta z mediów społecznościowych [32]. Za pośrednictwem narzędzi mobilnych łączy się z wybranymi platformami społecznościowymi 3,2 miliarda internautów. W Polsce, zaledwie w ciągu ostatniego roku, odnotowano 13 procentowy przyrost liczby osób korzystających z social media [32]. W sposób mobilny korzysta z nich 14 milionów Polaków. Mieszkańcy Polski spędzają w Internecie prawie 6 godzin dziennie, z czego niespełna 2 godziny w social media. Polscy użytkownicy korzystają najczęściej z You Tube (64%), Facebook'a (61%), Messenger'a (41%), Instagram'a (24%), Twitter'a (18%) oraz LinkedIn'u (12%) [32].

Polscy Internauci korzystają z Internetu i z mediów społecznościowych nie tylko dla rozrywki, poszukują w nich także wszelakich informacji, dzięki którym mogą realizować swoje potrzeby, w tym jedną z najważniejszych dla człowieka, jaką jest zdrowie. Według Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) jest ono określane jako „nie tylko brak choroby czy niepełnosprawności, ale także stan dobrego samopoczucia fizycznego, psychicznego i społecznego” [42]. Z badań światowych wynika, że [38]: 75% Amerykanów wykorzystuje media społecznościowe do analizy objawów chorobowych; większość młodych obywateli USA (90%) ma zaufanie do informacji zdrowotnych publikowanych na portalach społecznościowych, a 42% z nich przed wyborem świadczeniodawcy usług zdrowotnych sprawdza opinie i rekomendacje innych internautów przed podjęciem decyzji o skorzystaniu z ich usług. Dane prezentowane przez PwC Health Research informują, że [7]: 33%

użytkowników social media poszukuje w nich informacji związanych ze zdrowiem. Korzystają w tym celu zarówno z popularnych platform społecznościowych, jak i z forów dyskusyjnych bądź też dzielą się informacjami na temat objawów chorobowych oraz opiniami o placówkach i personelu medycznym. Z badań realizowanych w Polsce przez firmę Geminus, w zakresie poszukiwania informacji o zdrowiu przez Polaków, wynika, że [6]: około 40% z nich odwiedza strony poświęcone tematyce medyczno-zdrowotnej; pięciokrotnie więcej osób szuka informacji na temat zdrowego stylu życia i profilaktyki zdrowotnej niż samych schorzeń; Polscy Internauci poszukują także treści związanych z diagnozowaniem, leczeniem, opisem leków oraz badań; 1,8 miliona z nich sprawdza rankingi, opinie i wiarygodność świadczeniodawców; 1,5 miliona polskich użytkowników sieci poszukuje informacji poświęconych konkretnym dolegliwościom bądź chorobom. Użytkownicy sieci poszukują w jej zasobach informacji pozwalających na utrzymanie lub poprawę zdrowia. Na portalach społecznościowych obserwuje się wymianę informacji na temat: chorób, sposobów leczenia, leków i suplementów, schorzeń czy zdrowego stylu życia. Internauci dzielą się swoimi doświadczeniami w tym zakresie. Niebezpieczeństwem jest jednak rozpowszechnianie informacji niepotwierdzonych medycznie, które mogą utrwalać fałszywą, nieprawdziwą lub niedokładną informację pseudozdrowotną w zastraszająco szybkim tempie. Powinno to stanowić wyzwanie dla pracowników opieki zdrowotnej oraz organizacji funkcjonujących w sektorze ochrony zdrowia. Cenione organizacje zdrowia, jak Centrum Kontroli Chorób i Prewencji (CDC) oraz Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) zachęcają, a nawet wręcz rekomendują pracownikom ochrony zdrowia w Stanach Zjednoczonych rozpowszechnianie prawdziwych i rzetelnych informacji zdrowotnych w mediach społecznościowych [38].

Social media marketing w zakresie ochrony zdrowia ma coraz większą rzeszę zwolenników z powodu zaobserwowanych wymiernych korzyści z jego stosowania w branży medycznej. Taka postawa wynika ze stałego, dynamicznego wzrostu aktywnych użytkowników tych mediów nie tylko w Stanach Zjednoczonych, ale i na całym świecie. Zaobserwowano możliwości wykorzystania SMM w branży medycznej. Upatruje się w nich szansy na dostarczenie odpowiednich i aktualnych informacji służących: uwiarygodnieniu przekazywanych treści prozdrowotnych wspomagających profilaktykę i edukację zdrowotną, a także budowaniu zaufania do przedstawicieli sektora medycznego i wiarygodności całego systemu opieki zdrowotnej. Prezentowane wyniki badań dowodzą, że [16]: 57% decyzji amerykańskich pacjentów dotyczących leczenia w konkretnej placówce medycznej było silnie skorelowane z jej aktywnością w mediach społecznościowych. Na podstawie tych badań wywnioskowano, że pacjenci mają zaufanie do organizacji zajmujących się zdrowiem, które



aktywnie udzielają się na platformach społecznościowych. Podobnego zdania byli amerykańscy lekarze podkreślający walory mediów społecznościowych do których zaliczyli przejrzystość oraz otwartość interaktywnej komunikacji. W ankietowanej grupie lekarzy 60% uważało, że media te pozytywnie wpływają na jakość opieki nad pacjentem i poprawę ich zdrowotności.

Jak widać z przytoczonych tu informacji, social media marketing obejmuje swoim zasięgiem także obszar zdrowia. Jednym z powodów interesowania się pacjentów mediami społecznościowymi jest chęć dotarcia do informacji prozdrowotnych służących profilaktyce i edukacji zdrowotnej oraz potrzeba realizacji działań naprawczych w eliminacji czynników chorobotwórczych. Do dialogu dotyczącego poprawy lub utrzymania zdrowia powinni włączyć się tacy eksperci, jak organizacje, których zadaniem jest promocja zdrowia i firmy dostarczające usług lub produktów zdrowotnych. W Polsce zaliczyć do nich można przede wszystkim samorządy terytorialne, NFZ, Ministerstwo Zdrowia, organizacje pozarządowe, firmy farmaceutyczne, świadczeniodawców usług zdrowotnych. Jednym z celów, jakie muszą zrealizować, jest promocja zdrowia definiowana jako: „proces umożliwiający ludziom kontrolę nad własnym zdrowiem oraz jego poprawę przez podejmowanie wyborów i decyzji sprzyjających zdrowiu, kształtowanie potrzeb i kompetencji do rozwiązywania problemów zdrowotnych oraz zwiększanie potencjału zdrowia” [48]. Organizacje i podmioty, których zadaniem jest tworzenie dogodnych warunków do poprawy zdrowotności populacji powinny realizować swoje programy również drogą on-line w mediach społecznościowych. To stało się przesłanką do podjęcia niniejszego problemu badawczego, którego głównym celem było określenie znaczenia i roli social media marketingu w ochronie zdrowia w aspekcie możliwości wykorzystywania ich do działań w zakresie promocji zdrowia i promocji usług oraz produktów leczniczych na specyficznym rynku ochrony zdrowia. Podjęłam się przeanalizowania tego zagadnienia na trzech płaszczyznach (odbiorcy komunikatów zdrowotnych, organizacje non-profit oraz podmioty nastawione na zysk).

#### **9.4.1. Piśmiennictwo wykorzystane do charakterystyki problematyki omawianej w osiągnięciu naukowym**

1. 5 narzędzi do zarządzania social media, które warto znać. URL: <http://marketinglink.pl/5-narzedzi-do-zarządzania-social-media-ktore-warto-znac/> [dostęp: 02.02.2019].
2. Benchmark.pl, Flickr ma 112 milionów użytkowników, 11 miliardów zdjęć i...poprawiony interfejs. URL: <http://www.benchmark.pl/aktualnosci/flickr-112-milionow-kont-11-mld-zdjec-nowy-interfejs.html> [dostęp: 05.02.2019].
3. blog jotem. Social Media grafika. URL: <http://jotem.in/jak-wspolczesny-dziennikarz-zdobywa-informacje-w-social-media/social-media-3/#> [dostęp: 05.02.2019].
4. Blog smmeasure. URL: <http://smmeasure.eu/liczby-polskiego-internetu-2016/> [dostęp:08.02.2019].

5. Brzozowska-Woś M., Media społecznościowe a wizerunek marki. URL: [http://zif.wzr.pl/pim/2013\\_1\\_1\\_4.pdf](http://zif.wzr.pl/pim/2013_1_1_4.pdf) [dostęp: 05.02.2019].
6. Część ogólnopolskich badań Internetu Megapanel PBI/Gemius dotyczących zdrowia. URL: <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly/category/zdrowie-i-medycyna,zdrowie.html> [dostęp: 02.02.2019].
7. Digital Healthcare Decisions: Social Media Opportunity for Marketers. URL: <https://www.healthcaresuccess.com/blog/medical-marketing-advertising/study-social-media-strategy-harbors-opportunity-for-healthcare-marketers.html> [dostęp: 07.02.2019].
8. Dorenda-Zaborowicz M., Marketing w social media. Nowe Media, 3/2012 Studia i rozprawy.
9. Dryl T., Serwisy społecznościowe Web 2.0 jako element budowania interakcji przedsiębiorstwa z klientami. URL: [http://wzr.pl/tdryl/9/files/artykul%20-%20serwisy%20web%20\\_0%20-%20Tomek%20Dryl.pdf](http://wzr.pl/tdryl/9/files/artykul%20-%20serwisy%20web%20_0%20-%20Tomek%20Dryl.pdf) [dostęp: 05.02.2019].
10. Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2009, Wydawnictwo Naukowe PWN.
11. Google Trends. URL: <https://trends.google.pl/trends/explore?geo=PL&q=social%20media,zdrowie> [dostęp: 04.02.2019].
12. Grabiec P., Te liczby są bezlitosne dla Google Plus i potwierdzają mit o mieście duchów. URL: <http://www.spidersweb.pl/2015/01/google-plus-miasto-duchow.html> [dostęp: 07.02.2019].
13. Granicenauki.pl., Wikipedia ma 15 lat. URL: <https://www.granicenauki.pl/wikipedia-ma-15-lat-31938> [dostęp: 06.02.2019].
14. Gray I., 7 Reasons NOT to use Sprout Social. URL: <https://iag.me/socialmedia/reviews/7-reasons-not-to-use-sprout-social/> [dostęp: 05.02.2019].
15. Howaniec H., Wykorzystanie mediów społecznościowych w działaniach marketingowych przedsiębiorstw na polskim rynku. Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku Białej, Marketing i Rynek, 11/2014.
16. <https://www.evariant.com/blog/best-practices-social-media-healthcare-marketing/> [dostęp: 05.02.2019].
17. Kowalczyk D., Strategia social media a polskie firmy. URL: <http://www.damiankowalczyk.pl/2012/06/strategia-social-media-polskie-firmy.html#.V0Xjzr5BrIW> [dostęp: 07.02.2019].
18. Kwiecień J., 9 kroków strategii social media. URL: <https://socjomania.pl/9-krokow-strategii-social-media> [dostęp: 07.02.2019].
19. Łopacińska K., Social media w zintegrowanej komunikacji marketingowej. URL: [http://www.marketingirynek.pl/files/1276809751/file/12\\_2014\\_lopacinska.pdf](http://www.marketingirynek.pl/files/1276809751/file/12_2014_lopacinska.pdf) [dostęp: 05.02.2019].
20. Mazurek G., Ewolucja wykorzystania mediów społecznościowych w marketingu. URL: [https://www.researchgate.net/publication/301644897\\_Ewolucja\\_wykorzystania\\_mediow\\_spoecznościowych\\_w\\_marketingu](https://www.researchgate.net/publication/301644897_Ewolucja_wykorzystania_mediow_spoecznościowych_w_marketingu) [dostęp: 05.02.2019].
21. Mazurek-Łopacińska K., Sobocińska M., Media społecznościowe w procesach komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, Marketing i Zarządzanie, 1 (47)/2017.
22. Nowak P.F., Chalimoniuk – Nowak M., Potencjał mediów społecznościowych w edukacji zdrowotnej, [w:] Współczesne kierunki działań prozdrowotnych, red. A. Wolska -Adamczyk, WSiIZ, Warszawa, 2015. URL: [https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/7366/P\\_Nowak\\_potencjal\\_mediow\\_spoecznościowych.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/7366/P_Nowak_potencjal_mediow_spoecznościowych.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [dostęp: 05.02.2019].
23. Kotler Ph., Marketing 4.0, Wyd. John Wiley&Sons INC., 2016.
24. mofo.com A Short History of Social Media. URL: <http://media.mofo.com/files/uploads/images/a-short-history-of-social-media.pdf> [dostęp: 08.02.2019].
25. Newonce. Time Inc. Przejęli MySpace'a-ale po co? URL: <http://newonce.net/2016/02/time-inc-przejeli-myspacea-ale-po-co/> [dostęp: 08.02.2019].
26. Paid Social.pl Aktualne statystyki SM w Polsce. <http://www.paidsocial.pl/aktualne-statystyki-sm-w-polsce/> [dostęp: 07.02.2019].
27. Pająk P., Ruszył Wisetrends- serwis analizujący Facebooka (prawnie) w czasie rzeczywistym. URL: <http://www.spidersweb.pl/2013/04/wisetrends-serwis-analizujacy-facebook.html> [dostęp: 07.02.2019].
28. Pluciennik J., Pomiar aktywności w mediach społecznościowych - wyzwanie współczesnych badań marketingowych. Wydawnictwa Naukowe Instytut Lotnictwa, Warszawa, 2(8)/2013.
29. Podlaski A., Marketing społecznościowy. Tajniki skutecznej promocji w social media. Helion, Gliwice, 2011.
30. Quickstart Guide, A Guide to Setting Up Your Hootsuite Dashboard. URL: <http://socialbusiness.hootsuite.com/rs/hootsuitemediainc/images/hootsuite-quick-start-guide.pdf> [dostęp: 10.02.2019].
31. Rak B., Jak zagaić w social mediach. Marketing w praktyce, 3 (193)/2014.

32. Raport Global Digital 2019. URL: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> [dostęp: 05.02.2019].
33. Roszkowski J., Social media marketing w praktyce. Rodzaje mediów społecznościowych i ich udział w polskim rynku. URL: <http://jarekroszkowski.pl/rodzaje-mediow-spoecznościowych-i-ich-udzial-w-polskim-rynku/> [dostęp: 10.02.2019].
34. Sadowski M., Rewolucja social media. Helion, Gliwice, 2013.
35. Syrkiewicz-Światała M., Marketing w ochronie zdrowia. Wyd. SUM, Katowice, 2011.
36. Syrkiewicz-Światała, Światała R., Social media marketing jako współczesna koncepcja komunikowania się jednostek ochrony zdrowia z otoczeniem, Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, 5/2012.
37. Szydłowska A., Charakterystyka mediów społecznościowych jako narzędzia komunikacji firmy z klientem. Zachodniopomorska Szkoła Biznesu, Zeszyty Naukowe Firma i Rynek, 2(45)/2013.
38. The Digital Pandemic: Social Media and Healthcare, URL: <http://smbp.uwaterloo.ca/2017/11/the-digital-pandemic-social-media-and-healthcare/> [dostęp: 03.02.2019].
39. The Paid Social Media Advertising. Industry Update And Best Practices, 2013. URL: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2013/the-paid-social-media-advertising-report-2013.html> [dostęp: 04.02.2019].
40. Tomkiewicz M., Wykorzystanie mediów społecznościowych przez firmy w celach marketingowych i wizerunkowych. UW, Warszawa, 2011. URL: [www.gogolek.com/obrony\\_prac/Monika%20Tomkiewicz.pdf](http://www.gogolek.com/obrony_prac/Monika%20Tomkiewicz.pdf) [dostęp: 10.02.2019].
41. Trimax Solutions, Social Media Scheduling...Hootsuite vs Buffer, pp. 4. URL: <https://www.docdroid.net/vext/social-media-schedulinghootsuite-vs-buffer.pdf.html#page=5> [dostęp: 09.02.2019].
42. WHO, <https://www.who.int> [dostęp: 04.02.2019].
43. wirtualnedia.pl, Google+ „zatrzymał się” w Polsce na 4,5 mln użytkowników. Zyskał mniej niż Ask.fm, Pinterest i Instagram. URL: <http://www.wirtualnedia.pl/artykul/google-zatrzymal-sie-w-polsce-na-4-5-mln-uzytownikow-zyskal-mniej-niz-ask-fm-pinterest-i-instagram> [dostęp: 12.02.2019].
44. wirtualnedia.pl, Fotka.pl rekordowo traci użytkowników, ale wciąż ich angażuje. URL: <http://www.wirtualnedia.pl/artykul/fotka-pl-rekordowo-traci-uzytownikow-ale-wciaz-mocno-ich-angazuje> [dostęp: 12.02.2019].
45. wirtualnedia.pl., Liczba użytkowników Pinteresta przekracza sto milionów i zaskakuje analityków. URL: <http://www.wirtualnedia.pl/artykul/liczba-uzytownikow-pinteresta-przekracza-sto-milionow-i-zaskakuje-analitykow> [dostęp: 12.02.2019].
46. wirtualnedia.pl., Nk.pl z dalszym spadkiem odpowiedzialności. URL: <http://www.wirtualnedia.pl/artykul/nk-pl-z-dalszym-spadkiem-odwiedzalnosci-grupa-onet-pl-gry-z-portalu-rozwijamy-takze-w-innych-serwisach> [dostęp: 12.02.2019].
47. wirtualnedia.pl., Wykop.pl rekordowo popularny. Jacy są jego użytkownicy? URL: <http://www.wirtualnedia.pl/artykul/wykop-pl-rekordowo-popularny-jacy-sa-jego-uzytownicy> [dostęp: 12.02.2019].
48. Wojtczak A., Zdrowie publiczne wyzwaniem dla systemów zdrowia XXI wieku, Wyd. Lekarskie PZWL, Warszawa 2009.
49. YouTube Statystyki. URL: <https://www.youtube.com/yt/press/pl/statistics.html> [dostęp: 03.02.2019].
50. Literatura, na którą powołuję się w prezentowanym cyklu moich prac.

## **9.5. Omówienie prac wchodzących w skład osiągnięcia naukowego wraz ze wskazaniem ich ewentualnego wykorzystania i nowatorskiego ujęcia.**

### **9.5.1. Przedstawienie prac wchodzących w skład osiągnięcia naukowego oraz prezentacja głównych wniosków**

Na cykl prac składa się 11 publikacji prezentujących realizację celu badawczego: 7 prac oryginalnych, 3 prace poglądowe oraz 1 monografia wieloautorska. Cykl obejmuje 6 publikacji polskojęzycznych i 5 anglojęzycznych, w tym 3 opublikowane w czasopiśmie zagranicznych.

Monografia stanowi tło tematyczne badań oraz ujęcie teoretyczne, na którym opierają się moje badania empiryczne prezentowane w cyklu publikacji. Opracowanie prezentuje marketingowe działania na szeroko pojętym rynku ochrony zdrowia. Koncentruje się również na omówieniu marketingu bezpośredniego oraz internetowego, z których wywodzi się marketing społecznościowy (obrazowo przedstawia to ryc. 3, s. 136). Jeden z prezentowanych artykułów ujętych w cyklu publikacji omawia problem badawczy z punktu widzenia organizacji profit na przykładzie firm farmaceutycznych (50 TOP), jego punktacja to: 4,4 IF; 40 MNiSW. Warto zaznaczyć, że dla firm farmaceutycznych w ich działalności marketingowej podstawowe zadanie w głównej mierze polega na kreowaniu/prezentowaniu swoich produktów (działanie dla zysku), ale także na wzbudzaniu zaufania do marki również poprzez aktywność służącą promocji zdrowia. Cztery prace prezentują wyniki ogólnopolskich badań dotyczących organizacji non-profit: urzędów marszałkowskich (14), urzędów wojewódzkich (13), urzędów gmin (207), organizacji pozarządowych (305). Publikacje te sumarycznie posiadają 34 punkty MNiSW, w tym jedna praca znajduje się na liście filadelfijskiej i w 2019 r. zostanie podany jej wskaźnik IF za rok 2018. Ponieważ organizacje non-profit w działaniach marketingowych prowadzonych w social media w głównej mierze koncentrują się na działaniach promocji zdrowia, do cyklu dołączono pracę pogładową, która przedstawia perspektywy wykorzystania social media marketingu w promocji zdrowia (praca została opublikowana w roczniku REBN Uniwersytetu Hokkaido w Japonii). Ze względu na to, że obecnie Facebook jest jednym z najchętniej wykorzystywanych i odwiedzanych portali przez organizacje profit i non-profit, jedna z prac dołączonych do cyklu, o charakterze pogładowym, omawia perspektywy wykorzystania social media marketingu w ochronie zdrowia za pośrednictwem tego medium (MNiSW: 6). Trzy artykuły omawiają zagadnienie z punktu widzenia grup docelowych: dwie prace prezentują wyniki dotyczące młodych użytkowników social media (pokolenia Y), natomiast jedna, porównawcza, opisuje zarówno osoby powyżej 55 roku życia, jak i osoby z młodego pokolenia Y (łączna punktacja MNiSW wynosi 15).

W pierwszej kolejności przeanalizowano nadawców informacji zdrowotnych, którzy mogliby wykorzystać potencjał SMM. Jak wynika z przeprowadzonych badań, urzędy marszałkowskie, wojewódzkie i gminne oraz organizacje pozarządowe włączają się w działania z zakresu promocji zdrowia i - jak deklarują - starają się współpracować z pozostałymi organizacjami non-profit, także udzielającymi się na tym polu. Walorem współpracy z innymi jednostkami lub organizacjami jest lepsze i spójne zaangażowanie społeczności lokalnych, znajomość ich potrzeb w zakresie zdrowia oraz szeroki dostęp do grup docelowych. Mankamentem, jak wskazywali badani, są: biurokracja, skomplikowane procedury, dodatkowe

obciążenie pracowników czy bariery w przepływie informacji. Według respondentów najbardziej wiarygodną formą promocji zdrowia jest komunikacja bezpośrednia, realizowana poprzez rekomendacje znajomych, pracowników medycznych, farmaceutów. Do najmniej atrakcyjnych działań w zakresie promocji zdrowia zaliczyli: bilbordy, informacje prasowe, spoty telewizyjne i radiowe, gazetki oraz ulotki.

Niestety, pomimo tej wiedzy, ponad połowa badanych urzędów marszałkowskich oraz taki sam odsetek urzędów gmin nie wykorzystuje mediów społecznościowych i tym samym narzędzi social media marketingu w prowadzonych kampaniach zdrowotnych. Jedna czwarta badanych urzędów marszałkowskich i ponad jedna dziesiąta urzędów gmin wykorzystuje najpopularniejszy portal – Facebook’a, ale nie w pełni korzysta z instrumentarium marketingu społecznościowego. Tylko dwa urzędy wojewódzkie w Polsce i 9 urzędów gmin uczestniczy w dyskusjach prozdrowotnych na forach internetowych, moderuje je lub konsultuje a 11 urzędów gmin chętnie obserwuje i przesyła fanpage’ę marek, co do których są przekonani. Pozostałe narzędzia SMM są marginalnie wykorzystywane przez pracowników tych urzędów.

Inaczej sytuacja ta prezentuje się w urzędach wojewódzkich. Badani pracownicy deklarowali, że korzystają z instrumentarium social media marketingu na rzecz poprawy zdrowotności grup docelowych. Niemal połowa z nich korzysta z Facebook’a, a jedna trzecia aktywnie wspiera w nim poszczególne fanpage’ę marek uznanych za sprzyjające promocji zdrowia. Prawie co dziesiąty badany urząd wojewódzki aktywizuje się w zakresie dyskusji na forach lub portalach społecznościowych w zakresie tematyki ochrony zdrowia. Zdecydowana większość organizacji pozarządowych wykorzystuje narzędzia SMM. Przejawia się to obecnością na najpopularniejszych portalach społecznościowych, przesyłaniem fanpage’y marek promujących zdrowie lub uczestnictwem w dyskusjach na forach internetowych. Jak wynika z badań oraz treści zamieszczonych w moich artykułach, Facebook staje się znaczącym i opiniotwórczym medium na polskim rynku ochrony zdrowia, pozwalającym na dotarcie z komunikatem do spersonalizowanej grupy odbiorców. Potęgować to może skuteczność wszelkich działań prozdrowotnych oraz wspomagać kształtowanie zaufania do nadawców tych kampanii. Stąd na SMM zwróciły uwagę także organizacje działające dla zysku na rynku ochrony zdrowia (firmy farmaceutyczne). Większość badanych firm posiada konto na portalu społecznościowym, przede wszystkim na Facebook’u i na You Tube. Zdecydowana większość publikuje na You Tube komunikaty audiowizualne, umieszczając tam głównie reklamy swoich produktów leczniczych. Organizacje te starają się wprowadzać na portale społecznościowe treści kształtujące ich pozytywny wizerunek, np. dotyczące eventów, wydarzeń z życia firmy, działalności charytatywnych czy procesu produkcyjnego leków. Ponad połowa badanych firm

publikuje w mediach społecznościowych porady z zakresu zdrowia, rzadko natomiast prowadzone są blogi lub mikroblogi. Potencjał mediów społecznościowych wydaje się jednak wciąż nie w pełni dostrzegany przez badane firmy. Wiele z nich pomija aspekt możliwości darmowej reklamy, możliwości kontroli konkurencji czy poznania faktycznych potrzeb i oczekiwań klienta.

Odbiorcy informacji zdrowotnych posługują się mediami społecznościowymi. Są one w naturalny sposób chętniej wykorzystywane przez badane osoby młode (dwie trzecie z nich korzysta), choć można zaobserwować trendy wzrostowe aktywności także w grupie wiekowej 55+ (z 13% na 15% – prawie o 2% w przeciągu roku). Obie grupy poszukują w nich informacji o zdrowiu oraz wsparcia emocjonalnego w chorobie. Osoby młode nierzadko współuczestniczą w nawiązywaniu relacji w sieci przez osoby starsze odgrywając wspomagającą rolę w rozwiązywaniu problemów technicznych (informatycznych). Pacjenci szukają informacji o konkretnej chorobie, z którą zmagają się oni sami lub ich najbliżsi. Za pośrednictwem mediów społecznościowych zrzeszają się wtedy w grupy osób zainteresowanych danym schorzeniem. Ich celem jest poszukiwanie rzetelnych informacji i wiarygodnej wiedzy medycznej. Oczekują informacji o danej chorobie, jej przebiegu, sposobach leczenia, jakości życia podczas realizacji procesu terapeutycznego i po jego zakończeniu oraz wsparcia emocjonalnego. Obie grupy cenią sobie niezależne opinie pozyskane z różnych źródeł. Ludzie młodzi mają ograniczone zaufanie do tradycyjnych narzędzi promocji (ulotek czy spotów informacyjnych propagowanych za pośrednictwem prasy, radia czy telewizji). Social media stanowią dla nich znaczące źródło informacji o zdrowiu. Dla ponad połowy badanych zdobyte w ten sposób informacje wpływają na podwyższenie świadomości na temat zdrowia lub zdrowego stylu życia. Pod ich wpływem co trzeci badany zmienił swoje nawyki żywieniowe czy poziom aktywności fizycznej. Co czwarta osoba z tego pokolenia uczestniczy w dyskusjach na forach internetowych, mniej chętnie je moderuje. Większość osób z młodego pokolenia Y rekomenduje usługi zdrowotne, a swoje opinie przekazuje za pośrednictwem social media. Respondenci z tej grupy wiekowej deklarowali zaufanie do marek wykorzystujących instrumentarium SMM.

Na podstawie moich badań literaturowych oraz empirycznych, można stwierdzić, że rosnącą rolę i wzrost znaczenia SMM w ochronie zdrowia warunkują następujące czynniki:

- tendencja stałego rozpowszechniania się Internetu i popularyzacji mediów społecznościowych,
- era cyfrowego społeczeństwa, ponadto społeczeństwa starzejącego się, wymagającego dbania o komfort zdrowotny i lepszą jakość życia w zdrowiu,

- współczesne wyzwania dla zdrowia publicznego wiążące się z koniecznością utrzymania populacji w jak najlepszym zdrowiu i dotarcia do niej ze skutecznymi przekazami służącymi profilaktyce i prewencji chorób, których występowanie uzależnione jest także w dużej mierze od prowadzenia zdrowego stylu życia,
- brak czasu i potrzeba uzyskania informacji zdrowotnej w krótkim okresie,
- niska skuteczność tradycyjnie prowadzonych kampanii z zakresu promocji zdrowia lub promocji usług i produktów medycznych,
- zmiana oczekiwań odbiorców współczesnych mediów, kanałów i narzędzi komunikacji,
- zmiany społeczne i technologiczne,
- „samotność” w chorobie i poszukiwanie dialogu z innymi osobami zmagającymi się z podobnym problemem zdrowotnym,
- chęć przejmowania kontroli nad chorobą, dolegliwościami, suplementacją, przyjmowaniem leków (niebezpieczeństwo samoleczenia) czy prowadzenia zdrowego stylu życia,
- zaufanie pacjentów/potencjalnych pacjentów do rekomendacji o charakterze prozdrowotnym płynących od najbliższych i przyjaciół oraz pracowników ochrony zdrowia,
- tworzenie się społeczności wokół określonego schorzenia,
- tworzenie się internetowych grup wsparcia,
- budowanie zamkniętych grup pacjentów – rozmawiających o zdrowiu w sieci,
- tworzenie rankingów świadczeniodawców medycznych i dostawców produktów leczniczych,
- rosnąca liczba serwisów medycznych także z elementami social media,
- konieczność pozyskiwania przez pacjentów/potencjalnych pacjentów rzetelnych i wiarygodnych informacji zdrowotnych,
- pojawianie się konsultacji medycznych w sieci oraz rozwój e-zdrowia,
- Internet a w nim media społecznościowe stały się źródłem informacji o zdrowiu.

W związku z powyżej przedstawionymi uwarunkowaniami zadania, jakie stawia się organizacjom funkcjonującym na rynku ochrony zdrowia (profit i non-profit) w zakresie wykorzystywania social media marketingu na rzecz zdrowia, to:

- potrzeba tworzenia wiarygodnych materiałów edukacyjnych w sieci,
- konieczność uczestnictwa profesjonalistów zdrowotnych w forach dyskusyjnych prowadzonych między pacjentami,

- niezbędność tworzenia platform komunikacji ze specjalistami,
- przymusowość tworzenia artykułów o zdrowiu przez profesjonalistów medycznych,
- konieczność dotarcia do odbiorców komunikatu prozdrowotnego w sposób efektywny i skuteczny, nawiązanie relacji i budowa zaufania do przekazywanych treści, idei i samej organizacji funkcjonującej na rynku ochrony zdrowia,
- budowanie zaufania do organizacji zdrowotnej poprzez publikowanie w social media treści poprawiających ich wizerunek (np. działań z zakresu public relations) oraz stały monitoring reputacji danej organizacji medycznej czy informacji o wprowadzaniu nowych produktów lub usług,
- wzmacnianie pozycji danej organizacji medycznej lub zdrowotnej jako wiarygodnego źródła informacji o zdrowiu,
- publikowanie wywiadów i tworzenie programów edukacyjnych w mediach społecznościowych,
- wymóg szybkiej reakcji na sytuacje kryzysowe i zarządzanie ryzykiem (niebezpieczne trendy zdrowotne – np. ruch antyszczepionkowy).

Cel badawczy zrealizowałam, a założenia zweryfikowałam pozytywnie.

#### **9.5.2. Rekomendacje oraz wskazanie ewentualnego wykorzystania prac wchodzących w skład osiągnięcia naukowego**

Obserwuje się coraz większą możliwość wykorzystywania SMM przez podmioty świadczące usługi medyczne lub dostarczające produkty medyczne do komunikacji z otoczeniem w celu promocji swoich usług lub propagowania działań prozdrowotnych oraz dla instytucji rządowych i pozarządowych zajmujących się promocją zdrowia na szczeblu lokalnym lub regionalnym. W obliczu przeprowadzonego rozpoznania literaturowego oraz badań empirycznych można określić, że istnieje znaczna szansa rozwoju propagowania treści prozdrowotnych za pośrednictwem social media marketingu. SMM może stanowić efektywne narzędzie w szerszych działaniach na rzecz zdrowia.

Rekomenduje się wykorzystywanie interaktywnych narzędzi komunikacji przez omawiane podmioty funkcjonujące na rynku ochrony zdrowia z grupami docelowymi w różnym wieku. Zaleca się, aby instytucje lub inne podmioty ochrony zdrowia na swoich profilach społecznościowych tworzyły materiały prozdrowotne po to, aby osoby poszukujące informacji zdrowotnych otrzymały rzetelną wiedzę i wiarygodne treści. Ma to służyć budowaniu



partnerstwa we wspólnym dialogu prozdrowotnym. Istotne jest, aby pacjenci polecali sobie fanpage' e takich przekazów i podmiotów z nich korzystających oraz aby mieli do nich zaufanie.

W wyniku konieczności dbania o własne zdrowie przy zmieniających się trendach demograficznych starzejącego się społeczeństwa oraz narastającej potrzebie dbania o komfort zdrowotny i lepszą jakość życia w zdrowiu, niezbędna staje się zintegrowana komunikacja prozdrowotna. Bardzo pożądane jest wykorzystanie efektu synergii w procesach propagowania treści prozdrowotnych. Synergia ta powinna występować w chwili koordynacji działań wszystkich organizacji zajmujących się tym zagadnieniem i funkcjonujących na specyficznym rynku ochrony zdrowia. W pierwszej kolejności rekomenduje się sprawniejsze powiązanie aktywności organizacji non-profit: jednostek samorządu terytorialnego (JST), administracji rządowej oraz organizacji pozarządowych (NGOs). Potrzeba dotarcia do odbiorców komunikatów prozdrowotnych w sposób skuteczny i wiarygodny stała się koniecznością utrzymania populacji w jak najlepszym zdrowiu. Należy sięgać po najskuteczniejsze metody dotarcia do potencjalnych odbiorców tych komunikatów. Tradycyjne i najpopularniejsze sposoby (ulotki, reklamy społeczne, zaproszenia na badania) nie są już aż tak skuteczne i atrakcyjne dla odbiorców. Poszukiwać należy innych (współczesniejszych) kanałów i metod. Należy umieszczać te treści wszędzie tam, gdzie zazwyczaj przebywają ich beneficjenci. Naprzeciw tej potrzebie wychodzą narzędzia internetowe, a w nich media społecznościowe. Ludzie coraz mniej ufają reklamom. Mają natomiast zaufanie do rekomendacji pochodzących od bliskich, rodziny, przyjaciół i pracowników ochrony zdrowia. Corocznie przybywa aktywnych Internautów i użytkowników mediów społecznościowych. Zmieniają się jednak ich preferencje w wykorzystywaniu platform społecznościowych. Aktualnie najpopularniejszym medium jest You Toubе, a najczęściej odwiedzanym Facebook. Jak wynika z moich badań, media społecznościowe rozwijają się i należy je stale monitorować, aby znaleźć się tam, gdzie znajdują się potencjalni odbiorcy komunikatów. Do mediów społecznościowych przekonują się nie tylko osoby młode (urodzone w czasach rozkwitu nowych technologii informatycznych) lecz także starsi, którzy poznają współczesną technologię i znajdują dla niej coraz więcej zastosowań. Postuluje się, aby organizacje non-profit oraz profit, które jeszcze nie wykorzystywały social media marketingu w swoich kampaniach zdrowotnych, nie były tak zamknięte w zakresie stosowania współczesnych technik komunikacji i nie doprowadzały do swojego „wykluczenia cyfrowego”. Sugeruje się, aby organizacje nie tworzyły w ten sposób niepotrzebnych barier w działaniach prozdrowotnych z ich cyfrowymi beneficjentami.

SMM wykorzystuje w swojej działalności media społecznościowe, które stały się współczesnym medium i kanałem komunikacji umożliwiającym interaktywny dialog

z konkretną grupą odbiorców. Marketing społecznościowy jest narzędziem, a nie celem samym w sobie i należy go wykorzystać jako uzupełnienie innych form promocji marketingowej w zakresie zdrowia (w szczególności do edukacji i profilaktyki zdrowotnej) oraz do budowania zaufania do marek medycznych. Zaistnienie w mediach społecznościowych organizacji funkcjonujących na rynku ochrony zdrowia należy traktować jako jedną z kluczowych decyzji o charakterze strategicznym. Raz zainicjowana aktywność wymaga nieustannej aktywności i regularnego dostarczania informacji. Daje to szansę organizacji na odbieranie jej przez adresatów jako podmiotu inspirującego i wartego zainteresowania w dłuższym okresie. Coraz nowsze technologie mediów społecznościowych mogą wspomóc lepszą kontrolę nad publikowanymi treściami i dać możliwość ich łatwiejszej weryfikacji. Media społecznościowe mają nieograniczoną możliwość odtwarzania informacji przez nie propagowanych, co automatycznie zwiększa efektywność edukacyjną lub poznawczą w zakresie zdrowia. Kolejnym etapem rozwoju social media marketingu w ochronie zdrowia będzie mobile social media marketing oraz popularyzacja aplikacji prozdrowotnych.

### **9.5.3. Nowatorski charakter omawianego osiągnięcia naukowego**

Rozwiązanie problemu badawczego jakiego się podjęłam, ma charakter nowatorski. Zagadnienie nie jest szeroko opisywane ani w literaturze polskiej, ani w zagranicznej. Analizując doniesienia światowe odniosłam wrażenie, że ze względu na popularyzację mediów społecznościowych i poszukiwanie w nich informacji na temat zdrowia przez potencjalnych pacjentów, SMM staje się istotnym polem badawczym w sektorze ochrony zdrowia. Studia literaturowe (rozpoznanie literaturowe) i analiza wyników badań bezpośrednich (badania empiryczne) stanowią krok w kierunku poznania złożonego problemu badawczego, jakim jest określenie roli i znaczenia social media marketingu w ochronie zdrowia. Moje badania poszerzają wiedzę w zakresie wykorzystania marketingu społecznościowego przez organizacje profit i non-profit funkcjonujące na polskim rynku ochrony zdrowia w celu skuteczniejszych działań w zakresie promocji zdrowia, budowania zaufania organizacji przekazującej treści prozdrowotne oraz do kształtowania zaufania do usług lub produktów dostarczanych przez marki medyczne. Obejmują również analizę wykorzystywania mediów społecznościowych w poszukiwaniu informacji zdrowotnych przez wybrane grupy konsumentów/pacjentów i określenia ich potrzeb w tym zakresie. Oryginalny charakter prezentowanego osiągnięcia naukowego polega na propozycji rozwiązań aplikacyjnych dla organizacji zajmujących się edukacją i profilaktyką zdrowotną z wykorzystaniem social media marketingu w odniesieniu

do potrzeb potencjalnych pacjentów korzystających z mediów społecznościowych. Istotny jest jego utylitarny wymiar pozwalający na kształtowanie relacji z otoczeniem zewnętrznym (beneficjentami komunikatów marketingowych) organizacji funkcjonujących na rynku ochrony zdrowia z zastosowaniem coraz to powszechniejszych mediów społecznościowych i współczesnych technologii, także mobilnych.

Prezentowane wyniki moich badań posiadają walory oryginalności, które moim zdaniem wynikają z:

- przeprowadzenia obszernej kwerendy bibliotecznej (badań literaturowych) pozwalającej na usystematyzowanie wiedzy oraz stworzenia definicji,
- zaproponowania własnej definicji social media marketingu, również na potrzeby ochrony zdrowia,
- uzupełnienia wiedzy w zakresie wykorzystywania SMM przez wybrane organizacje profit i non-profit funkcjonujące na polskim rynku ochrony zdrowia w promocji zdrowia lub promocji usług i produktów zdrowotnych,
- uzupełnienia wiedzy w zakresie wykorzystywania mediów społecznościowych przez wybrane grupy pacjentów (55+ i pokolenie Y) w zakresie poszukiwania informacji o zdrowiu oraz zaufania do publikowanych w nich treści oraz nadawców tych komunikatów,
- usystematyzowania mediów społecznościowych i instrumentarium SMM,
- identyfikacji wad i zalet SMM,
- przedstawienia kierunków i możliwości (perspektyw) wykorzystania wiedzy o SMM w ochronie zdrowia w działalności z zakresu promocji zdrowia oraz promocji usług i produktów zdrowotnych.

Zgodnie z moją opinią przedstawione publikacje poszerzają i wzbogacają dorobek polskich oraz zagranicznych badaczy w obszarze social media marketingu w ochronie zdrowia w aspekcie teoretycznym oraz utylitarnym.

## **9.6. Dodatkowe informacje o prowadzonych badaniach oraz pozostałe artykuły opublikowane z zakresu social media marketingu w ochronie zdrowia**

### **9.6.1. Dodatkowe informacje o prowadzonych badaniach z zakresu social media marketingu w ochronie zdrowia**

Znaczenie social media marketingu określone będzie także dzięki realizowanemu i współkierowanemu przeze mnie badaniu prowadzonemu na terenie szpitali w latach

2016–2018. Był to dwuosiobkowy projekt badawczy, w którym partnerami byli: Wydział Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach oraz Instytut Zdrowia Publicznego Wydziału Lekarskiego i Nauk o Zdrowiu Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach. Projekt, realizowany w szpitalach z woj. śląskiego i świętokrzyskiego, nosił tytuł: *Wyzwania systemu informatycznego w sprawowaniu opieki nad pacjentem w aspekcie komunikacji i wykorzystywania mediów społecznościowych w działalności szpitala*. Pełniłam funkcję kierownika tego projektu na terenie Śląska. Celem projektu było poznanie opinii kadry zarządzającej placówkami medycznymi oraz pracowników (personelu medycznego) na temat wykorzystania systemów informatycznych w procesie leczenia pacjenta, a także wskazanie możliwości wykorzystania mediów społecznościowych w działalności placówek medycznych z województw świętokrzyskiego i śląskiego. Projekt uzyskał zgodę komisji bioetycznej 18 czerwca 2016 roku. Moja część badawcza dotyczyła social media marketingu w szpitalach z obu województw. Ze wstępnych analiz wynika, że większość badanych szpitali posiada profil na portalu społecznościowym, którym najczęściej jest Facebook. W badaniu między innymi zdiagnozowano rolę i znaczenie social media marketingu w badanych placówkach oraz zidentyfikowano wady i zalety stosowania go w szpitalach. Uzyskane wyniki są obecnie analizowane i przygotowywane do kolejnych publikacji. Wyniki pilotażowe omawianych badań oraz uzupełniających w tym zakresie zaprezentowałam na następujących konferencjach krajowych i międzynarodowych:

- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Świtała R., Trzewiczek M., *Strengthening relationship with the patient through social media marketing*, IV Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Strzelecka A., *Use of information systems in selected health care institutions in the aspect of improving patient care*, III Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, *Social media marketing in health care*, Seminar REBN, Center for Regional Economic and Business Networks (REBN), Japonia, Sapporo, lipiec 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Strzelecka A., *Social media marketing w szpitalu na rzecz propagowania zachowań prozdrowotnych*, Międzynarodowa Konferencja Zdrowie i Style Życia, Wrocław, maj 2017 r.

- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Social media marketing w ochronie zdrowia*, X Studenckie Sympozjum Naukowe, I Międzynarodowe Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego Qvo vadis Public Health, Wrocław, marzec 2017 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Strzelecka A., *Social media marketing w szpitalu – pilotażowa analiza na przykładzie jednego z wybranych szpitali z województwa świętokrzyskiego*. X Studenckie Sympozjum Naukowe, I Międzynarodowe Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego Qvo vadis Public Health, Wrocław, marzec 2017 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Strzelecka A., *Wady i zalety wykorzystywania mediów społecznościowych w budowaniu pozytywnego wizerunku szpitala*, II Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2016 r.

Wcześniejsze i wstępne moje badania w tym zakresie zaowocowały prezentowaniem wyników na następujących konferencjach:

- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Social media i ich wpływ na kształtowanie pozytywnego wizerunku podmiotu leczniczego*, VII Konferencja Dyrektorów Szpitali Klinicznych Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach, kwiecień 2015 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Wizerunek a social media. Tajemnica wzmacniania dobrej opinii z pomocą mediów społecznościach*, V Forum Marketingu, Komunikacji i Public Relations w ochronie zdrowia, Warszawa, wrzesień 2014 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Uwarunkowania strategii promocyjnych podmiotów leczniczych pragnących wykorzystać social media marketing w relacjach z pokoleniem Y przy budowaniu przewagi konkurencyjnej*, III Bałtyckie Sympozjum Naukowo-Szkoleniowe, Innowacje w Medycynie i Naukach o Zdrowiu. Badania, edukacja, współpraca., Szczecin, kwiecień 2014 r.

Rolę social media marketingu diagnozują także pilotażowe badania wśród osób starszych, które wymagają opieki długoterminowej lub opieki paliatywnej, a także ich rodzin. W badanej grupie pojawia się problem poszukiwania informacji zdrowotnych, wsparcia emocjonalnego i poszukiwania grup wsparcia o podobnych problemach zdrowotno-opiekuńczych. Ten obszar badawczy planuję kontynuować w swoich dalszych naukowych przedsięwzięciach. Powodem

jego podjęcia jest problem starzejącego się społeczeństwa, co stwarza nowe wyzwania dla zdrowia publicznego i tym samym dla zarządzania w ochronie zdrowia. Koniecznością jest utrzymanie starzejącej się populacji w jak najlepszej kondycji zdrowotnej. Na pierwsze miejsce wylania się profilaktyka i prewencja chorób, których występowanie uzależnione jest w dużej mierze od zdrowego stylu życia. Ze względu na tendencje demograficzne poszukiwane będą wszelkie metody i narzędzia, które mogą w sposób skuteczny wesprzeć prowadzone działania prozdrowotne w starzejącym się społeczeństwie. Wstępne wyniki zaprezentowałam podczas konferencji międzynarodowych i krajowych w 2018 r.:

- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Znaczenie social media marketingu w opiece paliatywnej*, Konferencja Medyczna, Potrzeby chorych objętych specjalistyczną opieką paliatywną, Rybnik, kwiecień 2018 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Wspomagająca rola e-marketingu w opiece paliatywnej*, Międzynarodowa Konferencja Naukowa Advanced Medicine – Palliative Care – Edition 2018, Zabrze, styczeń 2018 r.

#### **9.6.2. Pozostałe artykuły opublikowane z zakresu social media marketingu w ochronie zdrowia**

- **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., Romaniuk P., Kobza J., Ptak E. – *Sustainable marketing mix of pharmaceutical companies* – [w:] „Scalability and sustainability of business models in circular, sharing and networked economy”, red. M. Jabłońskiego, A. Jabłońskiego, Wyd. Cambridge Scholars Publishing, United Kingdom 2019 (planowane wydanie, czerwiec 2019), [MNISW: 5]
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Wójcik M., *Synergy between social media marketing and maps of health needs in ocnology - on the example of defining the potential of social media marketing in promoting health behaviors among junior high school students*, Marketing i Zarządzanie, 2018, Nr 2 (52), 189–97, doi: 10.18276/mz.2018.52-18 [MNISW: 9].
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Kotlarek M., *The importance of social media marketing in promoting health in the opinion of inhabitants of Gliwice*, Marketing i Zarządzanie, 2017, Nr 1 (47), 353–362, [MNISW: 9].

- **Syrkiewicz-Światała M.**, Lar K., Holecki T., *The use of social media and social media marketing tools by the polish marshal offices to promote health*, *China-USA Business Review*, July 2016 (157), Vol. 15, No. 7, 330–336 doi: 10.17265/1537-1514/2016.07.003, [MNiSW: 0 od grudnia 2015 wcześniej 9 pkt.].
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Sobczyk K., Wróblewski M., *Perspektywy rozwoju social media marketingu w komunikacji z pacjentami 55+ w aspekcie zagrożenia wykluczeniem cyfrowym*, *Marketing i Zarządzanie*, 2016, Nr 4 (45), 225–232, [MNiSW: 9].
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Strzelecka A., *Instamatka szansą na skuteczne prowadzenie działań w zakresie promocji zdrowia za pośrednictwem narzędzi social media marketingu*, [w:] *Dobrostan a edukacja*, red. E. Dybińska, B. Zboina, Wyd. Naukowe NeuroCentrum, Lublin 2016, 211–217, [rozdział w monografii w j. pol., MNiSW: 4].
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., *Manner of searching the health information by Generation Y in terms of possible usage of social media marketing to promote health services*, „Public Health Forum”, Nr 1, 2015, 71–74, [MNiSW: 7].
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Holecki T., Wojtynek E., *Znaczenie mass mediów w promocji zdrowia*, „Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu”, 2014, Tom 20, Nr 2, 171–176, [MNiSW: 4].
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., *Social media marketing jako współczesna koncepcja komunikowania się jednostek ochrony zdrowia z otoczeniem*, *Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej*, 2012, Nr 5, 86–94.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Rafał Światała, Moroz E., *Possibility to influence social media to build brand of health organizations* [w:] *Zarządzanie działalnością marketingową w skali krajowej, międzynarodowej i globalnej*, red. A. Pabiana, Wyd. Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011, s. 177–187, [MNiSW: 5].

## 10. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych

### 10.1. Prace opublikowane po uzyskaniu stopnia doktora

I. Oryginalne pełnotekstowe prace naukowe (bez streszczeń zjazdowych i konferencyjnych, prac w suplementach czasopism, listów do redakcji oraz udziału autora wymienionego w dodatku (appendix) jako uczestnika badań wielośrodkowych).

#### **A. w czasopismach posiadających "impact factor" - chronologicznie**

**Tytuł oryginału:** Influence of the place of living upon oral and periodontal status in the selected group of patients directed to treatment at the health resort Cieplice.

**Autorzy:** Kobza J., Noga P., Geremek M., **Syrkiewicz-Światała M.**, Woźniak-Holecka J., Waškowska J.

**Źródło:** Pol.J.Environ.Stud.; 2009 : Vol.18, No.6A, pp.219-222

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Impact Factor:** 0.947

**Punktacja MNiSW:** 10.000

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginału:** Influence of the selected aspects of the socio-economical position upon oral health and periodontal status in the group of patients of the health resort Cieplice.

**Autorzy:** Kobza J., Noga P., Geremek M., **Syrkiewicz-Światała M.**, Holecki T., Waškowska J..

**Źródło:** Pol.J.Environ.Stud.; 2009 : Vol.18, No.6A, pp.223-228

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Impact Factor:** 0.947

**Punktacja MNiSW:** 10.000

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginału:** Job satisfaction and its related factors among dentists: A cross-sectional study.

**Autorzy:** Kobza J., **Syrkiewicz-Światała M.**

**Źródło:** Work; 2018 : Vol.60, No.3, pp.357-363

**p-ISSN:** 1051-9815

**Charakt. formalna:** ZA

**Język publikacji:** EN

**Impact Factor:** 0.902

**Punktacja MNiSW:** 15.000

**PMID:** 30040780

**DOI:** 10.3233/WOR-182749

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

#### **B. w czasopismach bez "impact factor"**

**Tytuł oryginału:** Zakład pracy chronionej jako narzędzie organizacyjnego wsparcia zatrudnienia osób niepełnosprawnych.

**Tytuł równoległy:** Institutional context of labour policy for people with disabilities.

**Autorzy:** Holecki T., Romańczyk T., **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R.

**Źródło:** Ann.Acad.Med.Siles.; 2008 : Vol.62, No.1, ss.76-78.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginału:** Globalizacja usług medycznych.

**Tytuł równoległy:** Globalization of medical services.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., Holecki T., Romańczyk T.

**Źródło:** Ann.Acad.Med.Siles.; 2008 : Vol.62, No.3-4, ss.75-78

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 60 % (konceptcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*



**Tytuł oryginału:** Komunikacja społeczna na rzecz redukcji konsumpcji energii.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Szkutnik J.

**Źródło:** Rynek Energii; 2010, nr 4(89), ss.83-88

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 9.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Marketing społeczny w walce z rakiem szyjki macicy.

**Tytuł równoległy:** Social marketing in the fight against cervical cancer.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Klimeczek M., Świtała R.

**Źródło:** Fam.Med.Prim.Care Rev.; 2011 : Vol.13, No.4, ss.763-769

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 60 % (konceptcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Proces zmiany jako element składowy logistycznych uwarunkowań działania przedsiębiorstw energetycznych.

**Autorzy:** Szkutnik J., Moroz E., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** Rynek Energii; 2011, nr 3(94), ss.74-80

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 10.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Plany restrukturyzacji województwa śląskiego od rozwiązań branżowych po strategię regionalną.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** Studia Ekonomiczne - Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach; 2011, nr 79, ss.151-159

**Uwagi:** Przegląd wybranych zagadnień rozwoju ekonomiczno-społecznego. Red. nauk.: G. Musiał, R. Żelazny

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 7.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Skuteczność populacyjnego programu wczesnego wykrywania raka piersi w świetle przeprowadzonych badań.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Buczek A., Kobza J.

**Źródło:** Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą/Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management; 2011, nr 55, ss.188-197

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Estimating costs incurred by a public payer in Poland for selected morbid entities.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M., Szymaniec K.

**Źródło:** Ann.Acad.Med.Siles.; 2012 : Vol.66, No.5, ss.22-27

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Promocja zdrowia w aspekcie współpracy samorządów wojewódzkich z organizacjami pozarządowymi.

**Autorzy:** Holecki T., Kaczmarek K., Woźniak-Holecka J., **Syrkiewicz-Światała M.**

**Źródło:** Studia Ekonomiczne i Regionalne/ Economic and Regional Studies; 2012 : T.5, nr 2, ss.74-82

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 2.000

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Koncepcja marketingowego zarządzania organizacją, świadczącą usługi medyczne.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Światała M.**, Holecki T., Kotowski P.

**Źródło:** Zarządzanie i Edukacja; 2012, nr 81, ss.43-56

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Teoria ograniczeń jako nowoczesna filozofia zarządzania w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Moroz E., **Syrkiewicz-Światała M.**

**Źródło:** Zarządzanie i Edukacja; 2012, nr 81, ss.29-41

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Social media marketing jako współczesna koncepcja komunikowania się jednostek ochrony zdrowia z otoczeniem.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R.

**Źródło:** Zesz.Nauk.Polit.Częstochowskiej – Zarządzanie; 2012, nr 5, ss.86-94

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, opracowanie koncepcji badań, przygotowanie publikacji)*

**Tytuł oryginału:** Internetowy rynek apteczny w Polsce.

**Autorzy:** Holecki T., **Syrkiewicz-Światała M.**, Leśniak D.

**Źródło:** Med.Ogólna i Nauki o Zdrowiu; 2013 : T.19, nr 3, ss.262-266

**p-ISSN:** 2083-4543

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Możliwości wprowadzenia prywatnych ubezpieczeń zdrowotnych do powszechnego systemu ochrony zdrowia w Polsce w opinii mieszkańców powiatu tarnogórskiego.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Światała M.**, Holecki T., Klyta K.

**Źródło:** Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu; 2013, nr 306, ss.409-417

**Uwagi:** Finanse publiczne. Red.nauk.: J. Sokołowski, A. Żabiński

**p-ISSN:** 1899-3192

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 7.000

*Udział własny szacuję na 60 % (konceptcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Budowanie wizerunku gabinetów stomatologicznych za pośrednictwem narzędzi

public relations.

**Tytuł równoległy:** Building an image of dental clinics through public relations tools.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Holecki T., Bryła K.

**Źródło:** Ann.Acad.Med.Siles.; 2014 : Vol.68, No.2, pp.177-128

**p-ISSN:** 0208-5607

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Uwarunkowania procesu rekomendowania usług zdrowotnych przez przedstawicieli pokolenia Y w aspekcie social media marketingu.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** Marketing i Rynek; 2014 : 11/2014, ss.474-482

**p-ISSN:** 1231-7853

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Znaczenie mass mediów w promocji zdrowia.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Holecki T., Wojtynek E.

**Źródło:** Med.Ogólna i Nauki o Zdrowiu; 2014 : T.20, nr 2, ss.171-176

**p-ISSN:** 2083-4543

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja pracy i jej projekt, analiza statystyczna, interpretacja danych, wyszukiwanie piśmiennictwa, pozyskanie funduszy, napisanie tekstu pracy)*

**Tytuł oryginału:** Współpraca samorządu terytorialnego z podmiotem ekonomii społecznej w obszarze ochrony zdrowia.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Światała M., Sobczyk K., Lar K., Wróblewski M.

**Źródło:** Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu; 2014, nr 346, ss.53-61

**p-ISSN:** 1899-3192

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 7.000

**DOI:** 10.15611/pn.2014.346.05

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginału:** Reklama leków OTC jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej i jej wpływ na zachowania konsumentów na rynku ochrony zdrowia.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Holecki T., Mazur M.

**Źródło:** Handel Wewnętrzny; 2015 : R.61, nr 3 (355), ss.285-294

**p-ISSN:** 0438-5403

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 12.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Using social media and social media marketing tools in health promotion by the Polish communes.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Holecki T., Sobczyk K., Wróblewski M., Lar K.

**Źródło:** J.Publ.Health Nurs.Med.Resc.; 2015, No.1, pp.59-64

**p-ISSN:** 2299-9140

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 11.000

*Udział własny szacuję na 60 % (opracowanie koncepcji i zaplanowanie opracowania, pisanie i redagowanie publikacji)*

**Tytuł oryginalny:** Perspektywy rozwoju social media marketingu w komunikacji z pacjentami 55+ w aspekcie zagrożenia wykluczeniem cyfrowym.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Sobczyk K., Wróblewski M.

**Źródło:** Marketing i Zarządzanie; 2016, nr 4 (45), ss.225-232

**Uwagi:** Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Współczesne wyzwania komunikacji marketingowej - sfera publiczna i prywatna.

**p-ISSN:** 1509-0507

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 9.000

**DOI:** 10.18276/miz.2016.45.20

*Udział własny szacuję na 70 % (opracowanie koncepcji i założeń, opracowanie metod, przeprowadzenie badań, przygotowanie publikacji)*

**Tytuł oryginalny:** Marketing szeptany jako forma promocji usług zdrowotnych.

**Tytuł równoległy:** Word of mouth marketing as a form of promotion of health services.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Mazik M.

**Źródło:** Med.Health Sci.Rev.; 2015 : Vol.1, No.3, ss.15-22

**p-ISSN:** 2450-1670

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginalny:** Współpraca organizacji pozarządowych z jednostkami samorządu terytorialnego w zakresie zadań ochrony zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Cooperation of non-governmental organisations and local governments in health care system.

**Autorzy:** Lar K., Holecki T., Syrkiewicz-Światała M., Sobczyk K., Wróblewski M.

**Źródło:** Optimum. Studia Ekonomiczne; 2015, nr 4 (76), ss.186-203

**p-ISSN:** 1506-7637

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 10.000

**DOI:** 10.15290/ose.2015.04.76.12

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginalny:** Usługa zdrowotna jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej.

**Tytuł równoległy:** Health service as an instrument of competitive advantage building.

**Autorzy:** Holecki T., Sobczyk K., Syrkiewicz-Światała M., Wróblewski M., Lar K.

**Źródło:** Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu; 2015, nr 402, ss.114-122

**p-ISSN:** 1899-3192

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 10.000

**DOI:** 10.15611/pn.2015.402.11

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginalny:** Manner of searching the health information by generation Y in terms of possible usage of social media marketing to promote health services.

**Autorzy:** Syrkwicz-Świtała M., Świtała R.

**Źródło:** Publ.Health Forum; 2015 : Vol.1, nr 1, ss.82-86

**Uwagi:** dawniej: Alergologia Info

**p-ISSN:** 2353-818X

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 7.000

*Udział własny szacuję na 70 % (opracowanie koncepcji pracy i badań, analiza danych, przygotowanie publikacji)*

**Tytuł oryginału:** Współpraca administracji publicznej z podmiotami ekonomii społecznej w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Wróblewski M., Holecki T., Syrkwicz-Świtała M., Sobczyk K., Lar K.

**Źródło:** Samorząd Terytorialny; 2015 : R.25, nr 5(293), ss.47-55

**p-ISSN:** 0867-4973

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 11.000

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginału:** Facebook - medium komunikacji marketingowej w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Syrkwicz-Świtała M.

**Źródło:** Zarządzanie Mediami; 2015 : T.3, nr 3, ss.197-205

**p-ISSN:** 2353-5938

**e-ISSN:** 2354-0214

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

**DOI:** 10.4467/23540214ZM.15.010.4870

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Wykorzystanie narzędzi social media marketingu przez polskie organizacje pozarządowe w komunikacji z otoczeniem na rzecz promocji zdrowia.

**Autorzy:** Syrkwicz-Świtała M., Sobczyk K., Holecki T.

**Źródło:** Zesz.Nauk.Uniw. Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu; 2015, nr 41, ss.177-185

**Uwagi:** Rola podmiotów rynkowych w kształtowaniu wizerunku organizacji i postrzeganiu wartości marki. T.1. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 875

**p-ISSN:** 1509-0507

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 9.000

**DOI:** 10.18276/pzfm.2015.41/1-14

*Udział własny szacuję na 56 % (opracowanie koncepcji i założeń, opracowanie metod i przeprowadzenie badań)*

**Tytuł oryginału:** Social media w komunikacji marketingowej wykorzystywane przez polskie urzędy wojewódzkie w promocji zdrowia.

**Autorzy:** Syrkwicz-Świtała M., Holecki T., Lar K.

**Źródło:** Zesz.Nauk.Uniw. Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu; 2015, nr 40, ss.207-216

**Uwagi:** Marketing przyszłości trendy.Strategie. Instrumenty. Komunikacja marketingowa w sferze publicznej i społecznej. Red.nauk.: A. Smalec. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 867

**p-ISSN:** 1509-0507

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 9.000

**DOI:** 10.18276/pzfm.2015.40.17

*Udział własny szacuję na 55 % (opracowanie koncepcji i założeń, opracowanie metod i przeprowadzenie badań)*

**Tytuł oryginału:** The use of social media and social media marketing tools by the Polish Marshal Offices to promote health.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Lar K., Holecki T.

**Źródło:** China-USA Bus.Rev.; 2016 : Vol.15, No.7, pp.330-336

**p-ISSN:** 1537-1514

**Liczba znaków:** 20105

**Liczba arkuszy:** 0,5

**Charakt. formalna:** ZA

**Język publikacji:** EN

**Projekt/grant:** : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, KNW-1-013/N/5/0

**DOI:** 10.17265/1537-1514/2016.07.003

*Udział własny szacuję na 70 % (opracowanie koncepcji i założeń pracy, interpretacja danych, wyszukanie piśmiennictwa, pozyskanie funduszy, przygotowanie i redagowanie publikacji)*

**Tytuł oryginału:** Finansowe konsekwencje realizacji dyrektywy transgranicznej w ochronie zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Financial consequences of the implementation of the cross-border healthcare directive

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M., Bubel A., Sobczyk K.

**Źródło:** Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu; 2016, nr 450, ss.229-240

**p-ISSN:** 1899-3192

**e-ISSN:** 2392-0041

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 10.000

**DOI:** 10.15611/pn.2016.450.20

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** The importance of social media marketing in promoting health in the opinion of inhabitants of Gliwice.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Kotlarek M.

**Źródło:** Marketing i Zarządzanie; 2017, nr 1 (47), ss.353-361

**Uwagi:** poprzedni tytuł: Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu

**p-ISSN:** 1509-0507

**e-ISSN:** 2353-2874

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 9.000

**DOI:** 10.18276/miz.2017.47-33

*Udział własny szacuję na 70 % (opracowanie koncepcji i założeń, opracowanie metod i przeprowadzenie badań)*

**Tytuł oryginału:** Mapping health needs to support health system management in Poland.

**Autorzy:** Holecki T., Romaniuk P., Woźniak-Holecka J., Szromek A.R., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** Front.Publ.Health; 2018 : Vol.6, art.[82], pp.1-5

**p-ISSN:** 2296-2565

**Charakt. formalna:** ZA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000 [czasopismo ma uzyskać wskaźnik IF za 2018 r., wartość zostanie podana w lipcu 2019 r.]

**DOI:** 10.3389/fpubh.2018.00082

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginalny:** Health systems and their assessment: A methodological proposal of the synthetic outcome measure.

**Autorzy:** Romaniuk P., Kaczmarek K., **Syrkiewicz-Świtała M.**, Holeccki T., Szromek A.R.

**Źródło:** Front.Publ.Health; 2018 : Vol.6, 126, pp.1-10

**p-ISSN:** 2296-2565

**Charakt. formalna:** ZA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000 [czasopismo ma uzyskać wskaźnik IF za 2018 r., wartość zostanie podana w lipcu 2019 r.]

**DOI:** 10.3389/fpubh.2018.00126

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginalny:** Prospects for the use of social media marketing instruments in health promotion by Polish Marshal Offices.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Świtała M.**, Romaniuk P., Strzelecka A., Lar K., Holeccki T.

**Źródło:** Front.Publ.Health; 2018 : Vol.6, [art.] 65, pp.1-7

**p-ISSN:** 2296-2565

**Liczba arkuszy:** 0,5

**Charakt. formalna:** ZA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000 [czasopismo ma uzyskać wskaźnik IF za 2018 r., wartość zostanie podana w lipcu 2019 r.]

**DOI:** 10.3389/fpubh.2018.00065

*Udział własny szacuję na 60 % (opracowanie koncepcji artykułu, redagowanie i opracowanie publikacji)*

**Tytuł oryginalny:** Synergy between social media marketing and maps of health needs in oncology - on the example of defining the potential of social media marketing in promoting health behaviors among junior high school students.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Świtała M.**, Wójcik M.

**Źródło:** Marketing i Zarządzanie; 2018, nr 2 (52), ss.189-197

**Uwagi:** poprzedni tytuł: Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu

**p-ISSN:** 1509-0507

**e-ISSN:** 2353-2874

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 9.000

**DOI:** 10.18276/mz.2018.52-18

*Udział własny szacuję na 70 % (opracowanie koncepcji i założeń, opracowanie metod i przeprowadzenie badań)*

## **II. Opisy przypadków:**

**A. w czasopismach z "impact factor"**

**B. w czasopismach bez "impact factor"**

## **III. Prace poglądowe:**

**A. w czasopismach z "impact factor"**

**Tytuł oryginalny:** Zarządzanie czasem w systemie opieki zdrowotnej - wybrane aspekty.

**Tytuł równoległy:** Time based management in health care system: the chosen aspects.

**Autorzy:** Kobza J., **Syrkiewicz-Świtała M.**

**Źródło:** Med.Pracy; 2014 : T.65, nr 4, ss.555-566

**p-ISSN:** 0465-5893

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Impact Factor:** 0.397

**Punktacja MNiSW:** 15.000

**PMID:** 25643493

**DOI:** 10.13075/mp.5893.00050

*Udział własny szacuję na 50 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Perspectives for the use of social media in e-pharmamarketing.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Romaniuk P., Ptak E.

**Źródło:** Front.Pharmacol.; 2016 : Vol.7, [art.] 445, pp.1-5

**p-ISSN:** 1663-9812

**Charakt. formalna:** ZA

**Język publikacji:** EN

**Impact Factor:** 4.400

**Punktacja MNiSW:** 40.000

**Projekt/grant:** : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, KNW-1-046/N/6/Z

**DOI:** 10.3389/fphar.2016.00445

*Udział własny szacuję na 70 % (opracowanie koncepcji artykułu, redagowanie i opracowanie publikacji)*

### **B. w czasopismach bez "impact factor"**

**Tytuł oryginału:** The common foreign and security policy as a solution for the crisis in the European Union.

**Autorzy:** Świtała R., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** Forum Scientiae Oeconomia; 2013 : Vol.1, No.1, pp.22-36

**Uwagi:** Crisis in the euro zone and ways of its overcoming. Theme ed.: R.N. Hanisz

**p-ISSN:** 2300-5947

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 50 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Zaangażowanie podmiotów ekonomii społecznej w działania z zakresu promocji zdrowia

**Autorzy:** Sobczyk K., Holecki T., Wróblewski M., Syrkiewicz-Świtała M., Lar K.

**Źródło:** Społeczeństwo i Ekonomia; 2014, nr 2(2), ss.147-157

**Uwagi:** poprzednio: Nauki Społeczne

**p-ISSN:** 2080-6019

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginału:** Korzyści i zagrożenia wynikające z elektronicznej dokumentacji medycznej (EDM) pacjentów w opinii personelu medycznego w wybranych placówkach ochrony zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Advantages and disadvantages of electronical medical records in the opinion of the medical staff in selected primary care stations.

**Autorzy:** Strzelecka A., Syrkiewicz-Świtała M., Grzesik J.

**Źródło:** Publ.Health Forum; 2017 : Vol.3, nr 4, s.[284-]

**Uwagi:** Dawniej: Alergologia Info

**p-ISSN:** 2353-818X

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 7.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*



**Tytuł oryginału:** Development opportunities for the use of social media marketing in health promotion

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.,

**Źródło:** The Annals of Center for Regional Economic and Business Networks (REBN), Vol. 8, March 2019, Faculty of Economics and Business in Hokkaido University, Sapporo, Japan 2019, pp.1-9

**Uwagi:** czasopismo jest rocznikiem REBN UH i publikowane jest tylko jedno wydanie rocznie

**Charakt. formalna:** ZA

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** uznane i znaczące wydawnictwo w Japonii, bez punktacji MNiSW

*Udział własny szacuję na 100 %*

#### **IV. Rozdziały w podręcznikach**

##### **A. międzynarodowych**

**Tytuł oryginału:** Sustainable promotional activities of hospitals in the light of legal and organizational constraints in Poland.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Sustainability and scalability of business: Theory and practice.; Ed.: A. Jabłoński

**Adres wydawniczy:** New York : Nova Science Publishers, 2018

**Opis fizyczny:** pp.135-148

**Seria:** Business Issues, Competition and Entrepreneurship

**p-ISBN:** 978-1-53612-637-2

**Charakt. formalna:** ZRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Sustainable marketing mix of pharmaceutical companies

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Świtała R., Romaniuk P., Kobza J., Ptak E.

**Źródło:** Scalability and sustainability of business models in circular, sharing and networked economy", Red.: M. Jabłoński, A. Jabłoński,

**Adres wydawniczy:** Cambridge Scholars Publishing, United Kingdom 2019.

**Uwagi:** przyjęty do druku, planowane wydanie czerwiec 2019.

**Charakt. formalna:** ZRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 60% (opracowanie koncepcji artykułu, redagowanie i pisanie publikacji)*

##### **B. krajowych**

**Tytuł oryginału:** Narzędzia komunikacji w szpitalach klinicznych województwa mazowieckiego.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Public relations. Teoretyczne i praktyczne aspekty sztuki komunikowania.; Red.: H. Przybylski

**Adres wydawniczy:** Katowice : Wydaw. Akademii Ekonomicznej, 2008

**Opis fizyczny:** ss.187-199

**p-ISBN:** 978-83-7246-576-4

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 3.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Funkcjonowanie placówek opieki zdrowotnej w kontekście konkurencyjności.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** W: Zarządzanie konkurencyjnością przedsiębiorstwa. Wybrane aspekty.; Red.: A. Lipowski.

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2008

**Opis fizyczny:** ss.157-181

**p-ISBN:** 978-83-88936-64-7

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 3.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Marketing społeczny w percepcji studentów uczelni technicznej - analiza i ocena na wybranym przykładzie.

**Autorzy:** Knapik A., Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** W: Marketing społeczny oraz perspektywy jego rozwoju na świecie.; Red.: A. Pabian

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydaw. Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2009

**Opis fizyczny:** ss.169-178

**p-ISBN:** 978-83-61118-64-0

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Perspektywy stosowania strategii Health Impact Assessment na szczeblu lokalnym.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** W: Perspektywy stosowania strategii Health Impact Assessment w Polsce.; Red.: J. Kobza, J. Woźniak, M. Geremek.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląsk Sp. z o.o. Wydawnictwo Naukowe, 2009

**Opis fizyczny:** ss.84-95

**p-ISBN:** 978-83-7164-586-0

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Knapik A.

**Tytuł oryginału:** Marketing personalny w ochronie zdrowia w dobie kryzysu gospodarczego.

**Źródło:** W: Problemy zarządzania zasobami ludzkimi w dobie globalizacji.; Red.: F. Bylok, L. Cichobłaziński.

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydaw. Politechniki Częstochowskiej, 2009

**Opis fizyczny:** ss.173-181

**Seria:** Monografie. Nr 159

**p-ISBN:** 978-83-7193-434-6

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Internacjonalizacja działalności usługowej w dobie kryzysu finansowego.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Światała R.

**Źródło:** W: Zarządzanie organizacjami w warunkach globalizacji - nowe trendy, strategie, techniki.; Red.: A. Pabian.

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydaw. Wydziału Zarządzania Politechniki

Częstochowskiej, 2009

**Opis fizyczny:** ss.107-112

**p-ISBN:** 978-83-61118-60-2

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie komunikacją w promocji i edukacji zdrowotnej.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Woźniak-Holecka J.

**Źródło:** W: Ekonomia i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty; Red.:

M. Syrkiewicz-Światała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.187-209

**p-ISBN:** 978-83-88936-83-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 60 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie marketingiem usług medycznych.

**Autorzy:** Moroz E., Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** W: Ekonomia i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty; Red.:

M. Syrkiewicz-Światała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.163-186

**p-ISBN:** 978-83-88936-83-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Gospodarka lekami i podstawy farmakoekonomiki.

**Autorzy:** Rdes J., Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** W: Ekonomia i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty; Red.:

M. Syrkiewicz-Światała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.143-162

**p-ISBN:** 978-83-88936-83-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie finansami w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Hanisz R. N.

**Źródło:** W: Ekonomia i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty; Red.:

M. Syrkiewicz-Światała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.53-77

**p-ISBN:** 978-83-88936-83-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Rynek usług medycznych w kontekście teorii rynku.

**Autorzy:** Holeccki T., **Syrkiewicz-Światała M.**

**Źródło:** W: *Ekonomika i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty*; Red.:

M. Syrkiewicz-Światała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.33-51

**p-ISBN:** 978-83-88963-83-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Wprowadzenie do ekonomiki zdrowia.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., Moroz E.

**Źródło:** W: *Ekonomika i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty*; Red.:

M. Syrkiewicz-Światała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.11-31

**p-ISBN:** 978-83-88936-83-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 60 % (konceptcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Organizacja ochrony zdrowia w Polsce.

**Autorzy:** Kobza J., **Syrkiewicz-Światała M.**

**Źródło:** W: *Ekonomika i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty*; Red.:

M. Syrkiewicz-Światała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.79-108

**p-ISBN:** 978-83-88936-83-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Świadczenie usług zdrowotnych a jakość systemu kształcenia na uczelni wyższej na kierunku zdrowie publiczne.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Światała M.**

**Źródło:** W: *Kierunki doskonalenia usług w ochronie zdrowia.*; Red.: M. Lisiecka-Biełanowicz,

B. Smoliński, P. Warczyński

**Adres wydawniczy:** Warszawa : Ministerstwo Zdrowia, 2010

**Opis fizyczny:** ss.226-236

**p-ISBN:** 978-83-911065-7-0

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Marketing społeczny w percepcji studentów uczelni medycznej - analiza i ocena na wybranym przykładzie.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Światała M.**, Niedzielska A.

**Źródło:** W: *Marketing. Szkolnictwo i nauczanie.*; Red.: A. Drapińska

**Adres wydawniczy:** Gdańsk : Politechnika Gdańska Wydział Zarządzania i Ekonomii Katedra

Marketingu, 2010

**Opis fizyczny:** ss.197-208

**p-ISBN:** 978-83-62197-32-3

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Qualification of leaders in healthcare facilities.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Kotowski P., Holeccki T.

**Źródło:** W: Zarządzanie publiczne: uwarunkowania - kierunki - techniki.; Red.: A. Pabian

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydaw. Wydziału Zarządzania Politechniki

Częstochowskiej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.91-102

**p-ISBN:** 978-83-61118-65-7

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 60 % (konceptja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie ryzykiem personalnym i osobowym

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Świtała R.

**Źródło:** W: Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie.; Red.: R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.207-227

**p-ISBN:** 978-83-88936-82-1

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Instruments of integrated health promotion for the fight against civilization diseases.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Zintegrowana działalność promocyjna na rynkach krajowych i międzynarodowych.; Red.: A. Pabian

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki

Częstochowskiej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.84-94

**p-ISBN:** 978-83-61118-69-5

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Practice of integrated promotional activities in health care.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Zintegrowana działalność promocyjna na rynkach krajowych i międzynarodowych.; Red.: A. Pabian

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki

Częstochowskiej, 2010

**Opis fizyczny:** ss.117-132

**p-ISBN:** 978-83-61118-69-5

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** The role of social marketing in the prevention of cervical cancer.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Klimeczek M., Świtała R.

**Źródło:** W: Contemporary public health issues.; Ed.: Z. Kubińska

**Adres wydawniczy:** Biała Podlaska : Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, 2011

**Opis fizyczny:** ss.325-342

**p-ISBN:** 978-83-61044-49-9

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Leadership in public health care organization (in Silesian public health managers opinion).

**Autorzy:** Kotowski P., Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M., Woźniak-Holecka J.

**Źródło:** W: Contemporary public health issues.; Ed.: Z. Kubińska

**Adres wydawniczy:** Biała Podlaska : Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, 2011

**Opis fizyczny:** ss.343-360

**p-ISBN:** 978-83-61044-49-9

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Finansowanie podstawowej opieki zdrowotnej w Polsce.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holecki T.

**Źródło:** W: Funkcjonowanie sektora podstawowej opieki zdrowotnej: w oparciu o praktykę lekarza rodzinnego na tle reform systemu zdrowotnego w Polsce.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląsk Sp. z o.o. Wydawnictwo Naukowe, 2011

**Opis fizyczny:** ss.40-61

**p-ISBN:** 978-83-7164-706-2

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Wybrane zagadnienia kadrowe w podstawowej opiece zdrowotnej.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Funkcjonowanie sektora podstawowej opieki zdrowotnej: w oparciu o praktykę lekarza rodzinnego na tle reform systemu zdrowotnego w Polsce.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląsk Sp. z o.o. Wydawnictwo Naukowe, 2011

**Opis fizyczny:** ss.100-115

**p-ISBN:** 978-83-7164-706-2

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie marketingiem samorządów terytorialnych.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Łazorko K.

**Źródło:** W: Kreowanie wizerunku miejsca w koncepcji marketingu terytorialnego.; Red.: K. Łazorko, A. Niedzielska

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydaw. Politechniki Częstochowskiej, 2011

**Opis fizyczny:** ss.29-44

**Seria:** seria Monografie nr 207

**p-ISBN:** 978-83-7193-500-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Marketing szeptany w ochronie zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Whisper marketing in health care.

**Autorzy:** Piкуła-Małachowska J., **Syrkiewicz-Świtała M.**

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.93-104

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptja i założenia, analiza piśmiennictwa, opracowanie tekstu: wprowadzenie (przykłady i odniesienia do ochrony zdrowia), pkt 1., pkt 3. (odniesienia do ochrony zdrowia), podsumowanie, redakcja, pozyskanie funduszy)*

**Tytuł oryginału:** Marketing internetowy w ochronie zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Internet marketing in health care.

**Autorzy:** Moroz E., **Syrkiewicz-Świtała M.**

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.132-145

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptja i założenia, analiza piśmiennictwa, opracowanie tekstu: pkt. 2 (poza przedstawieniem i omówieniem ryc. 2), podsumowanie, redakcja, pozyskanie funduszy)*

**Tytuł oryginału:** Marketing społeczny w promocji i edukacji zdrowotnej.

**Tytuł równoległy:** Social marketing in health promotion and education.

**Autorzy:** Woźniak-Holecka J., **Syrkiewicz-Świtała M.**

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.146-159

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptja i założenia, analiza piśmiennictwa, opracowanie tekstu: wprowadzenia, pkt. 1 i 3, podsumowania, redakcja, pozyskanie funduszy)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie marką w ochronie zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Brand management in health care.

**Autorzy:** Holecki T., **Syrkiewicz-Świtała M.**

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.174-188

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja i założenia, analiza piśmiennictwa, opracowanie tekstu: pkt. 1, pkt. 3, redakcja, pozyskanie funduszy)*

**Tytuł oryginału:** Marketing organizacji świadczących usługi medyczne.

**Tytuł równoległy:** Marketing of organizations providing medical services.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Kobza J.

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.23-37

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, analiza literatury, redakcja tekstu)*

**Tytuł oryginału:** Public relations w ochronie zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Public relations in health care.

**Autorzy:** Łazorko K., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.79-92

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja i założenia, analiza piśmiennictwa, opracowanie tekstu: wprowadzenie, pkt. 3, 4, 7, 9, podsumowanie, redakcja, pozyskanie funduszy)*

**Tytuł oryginału:** Marketing produktów leczniczych (farmaceutyków).

**Tytuł równoległy:** Pharmaceutical marketing.

**Autorzy:** Niedzielska A., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.50-63

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja i założenia, analiza piśmiennictwa, opracowanie tekstu: wprowadzenie, pkt. 2, pkt. 3 (odniesienia do rynku farmaceutycznego, przykłady), redakcja, pozyskanie funduszy)*

**Tytuł oryginału:** Marketing ubezpieczeń zdrowotnych.

**Tytuł równoległy:** Marketing of health insurance.

**Autorzy:** Romaniuk P., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.38-49

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja i założenia, analiza piśmiennictwa, opracowanie tekstu: wprowadzenia, pkt. 3, redakcja, pozyskanie funduszy)*



**Tytuł oryginału:** Marketing bezpośredni w ochronie zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Direct marketing in health care.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Kotowski P.

**Źródło:** W: Marketing w ochronie zdrowia.; Red.: M. Syrkiewicz-Światała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** ss.105-116

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja i założenia, badania literaturowe, opracowanie artykułu poza pkt 4., redakcja tekstu, pozyskanie funduszy)*

**Tytuł oryginału:** Edukacyjny charakter zintegrowanych przekazów promocyjnych na rynku leków OTC i suplementów diety.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Chrom B., Moroz E.

**Źródło:** W: Społeczne aspekty gospodarki rynkowej. : Nowe wyzwania ekonomiczne, społeczne, demograficzne i prawne.; Red.: P. Ucieklak-Jeż

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, 2011

**Opis fizyczny:** ss.191-208

**p-ISBN:** 978-83-7455-237-0

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 60 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Possibility to influence social media to build brand of health organizations.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Światała R., Moroz E.

**Źródło:** W: Zarządzanie działalnością marketingową w skali krajowej, międzynarodowej i globalnej.; Red.: A. Pabian

**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Wydaw. Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2011

**Opis fizyczny:** ss.177-187

**p-ISBN:** 978-83-61118-47-3

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 70 % (opracowanie koncepcji badań, przygotowanie i redagowanie publikacji)*

**Tytuł oryginału:** Marketing szeptany usług zdrowotnych.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Moroz E., Światała R., Woźniak-Holecka J.

**Źródło:** W: Zarządzanie w ochronie zdrowia. Finanse i zasoby ludzkie.; Red.: R. Walkowiak, R. Lewandowski

**Adres wydawniczy:** Olsztyn : Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania im. prof. Tadeusza Kotarbińskiego, 2011

**Opis fizyczny:** ss.169-180

**p-ISBN:** 978-83-88629-64-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 60 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Wykorzystanie zintegrowanych narzędzi marketingowej promocji w walce z chorobami nowotworowymi kobiet.

**Tytuł równoległy:** Use of integrated marketing promotion tools in the fight against women cancer.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holeccki T.

**Źródło:** W: Aspekty zdrowia publicznego.; Red.: M. Muc-Wierzgoń, T. Kokot.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2012

**Opis fizyczny:** ss.86-101

**p-ISBN:** 978-83-7509-225-7

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Zatrudnienie w ochronie zdrowia a wynagrodzenie pracowników.

**Tytuł równoległy:** The remuneration of employees of the health care sector and opinion of the society.

**Autorzy:** Holeccki T., Syrkiewicz-Świtała M., Szlapa M.

**Źródło:** W: Aspekty zdrowia publicznego.; Red.: M. Muc-Wierzgoń, T. Kokot.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2012

**Opis fizyczny:** ss.76-85

**p-ISBN:** 978-83-7509-225-7

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**ITytuł oryginału:** Zakres zastosowania outsourcingu w wybranych szpitalach z województwa śląskiego.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holeccki T., Kowalska J.

**Źródło:** W: Opieka zdrowotna : Zagadnienia ekonomiczne.; Red.: I. Rudawska, E. Urbańczyk

**Adres wydawniczy:** Warszawa : Difin, 2012

**Opis fizyczny:** ss.404-420

**p-ISBN:** 978-83-7641-751-6

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 60 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** The poster as a marketing tool in health promotion and disease prevention.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Polish Public Health Poster.; Ed.: K. Krajewski-Siuda

**Adres wydawniczy:** Katowice : Medical University of Silesia in Katowice, 2012

**Opis fizyczny:** pp.35-46

**p-ISBN:** 978-83-7509-221-9

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Restrukturyzacja przedsiębiorstw medycznych.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Strategiczna transformacja polskich firm. : Od restrukturyzacji do strategii rozwoju zewnętrznego.; Red.: Wł. Sroka, H. Chwistecka-Dudek

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2012

**Opis fizyczny:** ss.157-174

**p-ISBN:** 978-83-62897-19-3  
**Charakt. formalna:** PRO  
**Język publikacji:** PL  
**Punktacja MNiSW:** 4.000  
*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Wpływ procesów globalizacji na ochronę zdrowia.  
**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Światała R.  
**Źródło:** W: Zdrowie publiczne. : Wybrane zagadnienia.; Red.: J. Woźniak-Holecka  
**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2012  
**Opis fizyczny:** ss.109-119  
**Uwagi:** ebook  
**p-ISBN:** 978-83-7509-216-5  
**Charakt. formalna:** PRO  
**Język publikacji:** PL  
**Punktacja MNiSW:** 4.000  
*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Ryzyka ekonomiczne rynku ochrony zdrowia.  
**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Światała R.  
**Źródło:** W: Bezpieczeństwo zdrowotne obywateli w kontekście europeizacji zjawisk społecznych.; Red.: T. Holecki  
**Adres wydawniczy:** Poznań : Wydaw. Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, 2013  
**Opis fizyczny:** ss.101-114  
**p-ISBN:** 978-83-61304-62-3  
**Charakt. formalna:** PRO  
**Język publikacji:** PL  
**Punktacja MNiSW:** 4.000  
*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Systemy monitorowania jakości w jednostce o działalności leczniczej.  
**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Moroz E., Bubka M.  
**Źródło:** W: Teraźniejszość i przeszłość polityki społecznej.; Red.: R. Garbiec.  
**Adres wydawniczy:** Częstochowa : Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2013  
**Opis fizyczny:** ss.52-61  
**p-ISBN:** 978-83-63500-31-3  
**Charakt. formalna:** PRO  
**Język publikacji:** PL  
**Punktacja MNiSW:** 4.000  
*Udział własny szacuję na 60 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Konsekwencje starzenia się społeczeństwa dla rynku ochrony zdrowia.  
**Tytuł równoległy:** Socio-economic implications of an aging society.  
**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Światała M.  
**Źródło:** W: Współczesne wyzwania zdrowia publicznego.; Red.: E. Grochowska-Niedworok, J. Jochem  
**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2014  
**Opis fizyczny:** ss.24-32  
**p-ISBN:** 978-83-7509-271-4  
**Charakt. formalna:** PRO  
**Język publikacji:** PL  
**Punktacja MNiSW:** 4.000  
*Udział własny szacuję na 50 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Mechanizmy zabezpieczania potrzeb socjalnych: między rynkiem a państwem.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Świtała R.

**Źródło:** W: Wybrane zagadnienia z zakresu polityki zabezpieczenia społecznego.; Red.: P. Romaniuk, K. Kaczmarek.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2014

**Opis fizyczny:** ss.45-55

**Uwagi:** e-skrypt

**p-ISBN:** 978-83-7509-278-3

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Social media marketing w ochronie zdrowia - nie tylko dla pokolenia Y.

**Tytuł równoległy:** Social media marketing in health care - not only for the generation Y.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Zarządzanie współczesnymi organizacjami gospodarczymi w procesie wzrostu innowacyjności i globalizacji gospodarki.; Red.: U. Wąsikiewicz-Rusnak

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2015

**Opis fizyczny:** ss.157-163

**p-ISBN:** 978-83-64927-76-8

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Wykluczenie cyfrowe w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Holecki T., Sobczyk K., Syrkiewicz-Świtała M., Wróblewski M.

**Źródło:** W: Bezpieczeństwo zdrowotne - ujęcie interdyscyplinarne: bezpieczeństwo w perspektywie następnych pokoleń - zdrowe życie, dorastanie i starzenie się.; Red.: I. Babets, H. Marek

**Adres wydawniczy:** Poznań : Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, 2016

**Opis fizyczny:** ss.213-219

**p-ISBN:** 978-83-65096-48-7

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, opis, analiza statystyczna)*

**Tytuł oryginału:** Instamatka szansą na skuteczne prowadzenie działań w zakresie promocji zdrowia za pośrednictwem narzędzi social media marketingu.

**Tytuł równoległy:** Insta-mother as an opportunity for effective implementation of health promotion through social media marketing tools.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Strzelecka A.

**Źródło:** W: Dobrostan a edukacja.; Red.: E. Dybińska, B. Zboina

**Adres wydawniczy:** Lublin : Wydaw. Naukowe NeuroCentrum, 2016

**Opis fizyczny:** ss.211-217

**p-ISBN:** 978-83-61495-67-3

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 80 % (opracowanie koncepcji pracy i badań, analiza danych, przygotowanie publikacji)*

**Tytuł oryginału:** Rola komunikacji w ochronie zdrowia na przykładzie systemu teleinformatycznego "Zintegrowany Informator Pacjenta".

**Tytuł równoległy:** The role of communication in the health care on the example of ICT system "Integrated Patient Information".

**Autorzy:** Strzelecka A., **Syrkiewicz-Świtała M.**

**Źródło:** W: Dobrostan a stan zdrowia.; Red.: J. Tatarczuk, M. Markowska

**Adres wydawniczy:** Lublin : Wydaw. Naukowe NeuroCentrum, 2016

**Opis fizyczny:** ss.181-193

**p-ISBN:** 978-83-61495-55-0

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** The importance of health information obtained via Internet in the opinion of Generation Y in terms of possibility of using social media marketing to promote health services.

**Autorzy:** **Syrkiewicz-Świtała M.**

**Źródło:** W: Health for Public, Public for Health. Health systems in V4 countries.; Ed.: P. Romaniuk, E. Grochowska-Niedworok

**Adres wydawniczy:** Lublin : Fundacja na rzecz promocji nauki i rozwoju TYGIEL, 2016

**Opis fizyczny:** ss.160-170

**p-ISBN:** 978-83-65272-24-9

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** EN

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Ocena stanu wiedzy opiekunów pacjentów poradni medycyny paliatywnej oraz hospicjum domowego na temat świadczeń zdrowotnych realizowanych przez zespoły ratownictwa medycznego.

**Tytuł równoległy:** Evaluation of the state of knowledge of caretakers of patients from palliative medicine clinics and home hospices on the subject of health services provided by emergency medical teams.

**Autorzy:** Statowski W., Trzepizur M., Myrcik D., Makarska J., **Syrkiewicz-Świtała M.**, Niczyporuk Arkadiusz, Kasiński A., Cieślik-Bielecka A., Zasik-Zarzycka E., Chłudzińska A., Pojda J., Waroński Kordian, Stępień T., Bucki B., Mander M.

**Źródło:** W: Advanced medicine edition 2018 - palliative care.; Ed.: M. Mander, M. Syrkiewicz-Świtała, D. Myrcik.

**Adres wydawniczy:** Zabrze : MagMedic, 2018

**Opis fizyczny:** ss.223-234

**p-ISBN:** 978-83-948384-0-9

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 5.000

*Udział własny szacuję na 20 % (badania, opis)*

### **C. autorstwo monografii**

**Tytuł oryginału:** Funkcjonowanie sektora podstawowej opieki zdrowotnej w oparciu o praktykę lekarza rodzinnego na tle reform systemu zdrowotnego w Polsce.

**Autorzy:** Kobza J., Woźniak-Holecka J., Geremek M., **Syrkiewicz-Świtała M.**, Holecki T.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląsk Sp. z o.o. Wydawnictwo Naukowe, 2011

**Opis fizyczny:** 116 ss.

**p-ISBN:** 978-83-7164-706-2

**Charakt. formalna:** PK

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 20.000

*Udział własny szacuję na 20 % (koncepcja, opracowanie wyników, opis)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holecki T.

**Informacje o wydaniu:** Wyd. 2 popr. i uzup.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** 41ss.

**Uwagi:** e-skrypt

**p-ISBN:** 978-83-7509-171-7

**Charakt. formalna:** PK

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 20.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

## V. Prace popularnonaukowe i inne

**Tytuł oryginału:** Communications support increasing energy efficiency in the world.

**Autorzy:** Szkutnik J., Gawlak A., Moroz E., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Proceedings of the 12th International Scientific Conference - EPE 2011 [Electric Power Engineering], Kouty nad Desnou [Czech Republic] 17-19.05.2011.

**Opis fizyczny:** p.[6 pages] : 1 dysk optyczny (CD-ROM)

**Charakt. formalna:** ZRZ

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 30 % (badania, założenia, opis,)*

**Tytuł oryginału:** The use of social media and social media marketing tools by the Polish Marshal Offices to promote health.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Lar K., Holecki T.

**Źródło:** W: Proceedings of the 5th International Conference on Management 2015 - "Management, leadership and strategy for SMEs' competitiveness", Godollo [Hungary] 18-19.06.2015.

**Opis fizyczny:** pp.520-523

**Charakt. formalna:** ZRZ

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

## VI. Redaktor naczelny czasopisma

## VII. Redaktor naczelny monografii

**Tytuł oryginału:** Ekonomia i zarządzanie w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty

**Odpowiedzialni: redakcja, tłum.:** Red.: M. Syrkiewicz-Świtała, R. Hanisz

**Adres wydawniczy:** Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2010

**Opis fizyczny:** 209 ss.

**p-ISBN:** 978-83-88936-83-8

**Charakt. formalna:** PR

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 4.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Marketing w ochronie zdrowia.

**Tytuł równoległy:** Marketing in health care.

**Odpowiedzialni: redakcja, tłum.:** Red.: M. Syrkiewicz-Świtała

**Adres wydawniczy:** Katowice : Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach, 2011

**Opis fizyczny:** 196 ss.

**p-ISBN:** 978-7509-174-8

**Charakt. formalna:** PR  
**Język publikacji:** PL  
**Punktacja MNiSW:** 4.000  
*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Advanced medicine edition 2018 - palliative care.  
**Odpowiedzialni: redakcja, tłum.:** Ed.: M. Mandera, **M. Syrkiewicz-Świtała**, D. Myrcik.  
**Adres wydawniczy:** Zabrze : MagMedic, 2018  
**Opis fizyczny:** 234 ss.  
**p-ISBN:** 978-83-948384-0-9  
**Charakt. formalna:** PR  
**Język publikacji:** PL  
**Punktacja MNiSW:** 5.000  
*Udział własny szacuję na 35 % (konceptcja, założenia, redakeja)*

#### **Informacje dodatkowe:**

#### **VIII. Liczba streszczeń:**

##### **A. ze zjazdów międzynarodowych (bez punktacji)**

**Tytuł oryginału:** Innowacyjność w modelowaniu funkcjonowania systemu opieki zdrowotnej w Polsce.  
**Autorzy:** Świtała R., **Syrkiewicz-Świtała M.**  
**Źródło:** W: Miżnarodna Naukovo-Praktična Konferencija: Upravlinnaja innovacijnim procesom v Ukraini: Problemi, perspektivi, riziki, Lviv [Ukraina] 11-13.04.2006,  
**Opis fizyczny:** ss.548-549.  
**Charakt. formalna:** ZSZ  
**Język publikacji:** PL  
*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Primary care in Poland - selected results.  
**Autorzy:** Kobza J., Geremek M., **Syrkiewicz-Świtała M.**, Woźniak-Holecka J., Holecki T.  
**Źródło:** Eur.J.Public Health; 2009 : Vol.19, Suppl.1, p.144  
**Uwagi:** 2nd European Public Health Conference: "Human ecology and public health". Lodz [Poland], 25-28.11.2009.  
**Charakt. formalna:** ZSZ  
**Język publikacji:** EN  
*Udział własny szacuję na 30 % (założenia, badania, opis,)*

##### **B. ze zjazdów krajowych (bez punktacji)**

**Tytuł oryginału:** Studenci Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiej Akademii Medycznej jako aktywni uczestnicy segmentu rynku pracy zawodów medycznych.  
**Autorzy:** Holecki T, **Syrkiewicz-Świtała M.**, Kobza J., Woźniak J., Geremek M., Olejniczak M.  
**Źródło:** W: Epistatkat 2006 - Sympozjum naukowe i seminarium poświęcone metodologicznym problemom medycznych badań naukowych, Katowice-Ligota 28-30.09.2006, streszcz.  
**Opis fizyczny:** s.72.  
**Charakt. formalna:** PSZ  
**Język publikacji:** PL  
*Udział własny szacuję na 30 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Działania promocyjne gabinetów stomatologicznych w województwie śląskim.  
**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holecki T., Kobza J., Woźniak J., Geremek M., Olejniczak M.  
**Źródło:** W: Epistatkat 2006 - Sympozjum naukowe i seminarium poświęcone metodologicznym problemom medycznych badań naukowych, Katowice-Ligota 28-30.09.2006, streszcz.

**Opis fizyczny:** s.82.

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 40 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Wpływ wybranych aspektów statusu społeczno-ekonomicznego na stan zdrowia jamy ustnej i przyzębia na przykładzie badanej grupy pacjentów, kuracjuszy Uzdrowiska Cieplice.

**Autorzy:** Kobza J., Noga P., Geremek M., Waškowska J., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: 3 Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Szkoleniowa „Środowisko a stan zdrowia jamy ustnej”, Nałęczów 23.04.2009, streszczenia

**Opis fizyczny:** s.131 : [PB33]

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 20 % (opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Wielowymiarowość działań maketingowych na rynku usług zdrowotnych.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: 2 Ogólnopolska Konferencja Dietetyki "Congressus dietetica". Nr 1(01). Łódź, 23-24.03.2012 r.

**Opis fizyczny:** ss.18-19

**p-ISBN:** 2084-7521

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Manner of searching the health information by Generation Y in terms of possible usage of social media marketing to promote health services.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M, Świtała R.

**Źródło:** W: 2nd International Scientific Conference: New trends in Management and Production Engineering - Regional, Cross-Border and Global Perspectives, Cieszyn 14-15.05.2015, book of abstracts

**Opis fizyczny:** p.[1nlb.]

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 80 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** The Importance of health information obtained via Internet in the opinion of Generation Y in terms of possibility of using social media marketing to promote health services.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: 2nd V4 Conference on Public Health 2015: Health for public, public for health, Zabrze [Poland] 17-18.09.2015, abstracts; Eds.: P. Romaniuk, K. Maciąg

**Adres wydawniczy:** Lublin : Fundacja na rzecz promocji nauki i rozwoju TYGIEL, 2015

**Opis fizyczny:** p.60

**p-ISBN:** 978-83-65272-14-0

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Social media marketing w ochronie zdrowia - nie tylko dla pokolenia Y.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: 4 Bałtyckie Sympozjum: Pacjent 60+ w systemie opieki zdrowotnej - badania, edukacja,



współpraca, Szczecin 21-23.05.2015, książka streszczeń

**Opis fizyczny:** s.52 : [48]

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginału:** Wady i zalety wykorzystania mediów społecznościowych w budowaniu pozytywnego wizerunku szpitala.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Strzelecka A.

**Źródło:** Publ.Health Forum; 2016 : Vol.2, nr 3, s.187

**Uwagi:** 2 Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego - "Zdrowie publiczne - efektywnie wykorzystać zasoby ochrony zdrowia", Wrocław 24-25.11.2016.

**p-ISSN:** 2353-818X

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 80 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Wykorzystanie narzędzi e-Zdrowia w placówkach podstawowej opieki zdrowotnej w aspekcie marketingu relacji.

**Autorzy:** Strzelecka A., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** Publ.Health Forum; 2016 : Vol.2, nr 3, s.190

**Uwagi:** 2 Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego - "Zdrowie publiczne - efektywnie wykorzystać zasoby ochrony zdrowia", Wrocław 24-25.11.2016.

**p-ISSN:** 2353-818X

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** e-Health in hospital - pilot analysis on the basis of one selected hospital in swietokrzyskie province.

**Autorzy:** Strzelecka A., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: 10 Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego - "Quo vadis Public Health?", Wrocław 23-24.03.2017, streszcz.

**Opis fizyczny:** s.[1 nlb.]

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Social media marketing w szpitalu - pilotażowa analiza na przykładzie jednego z wybranych szpitali z województwa świętokrzyskiego.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Strzelecka A.

**Źródło:** W: 10 Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego - "Quo vadis Public Health?", Wrocław 23-24.03.2017, streszcz.

**Opis fizyczny:** s.[1 nlb.]

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 70 % (konceptcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Use of information systems in selected health care institutions in the aspect of improving patient care.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Strzelecka A., Kruk M.

**Źródło:** Publ.Health Forum; 2017 : Vol.3, nr 4, s.285

**Uwagi:** Uzupełnienie streszczeń i wystąpień zaprezentowanych na 3 Międzynarodowym Kongresie Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław 30.11-01.12.2017.

**p-ISSN:** 2353-818X

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginalny:** E-marketing w propagowaniu zdrowego stylu życia wśród młodzieży ponadgimnazjalnej.

**Tytuł równoległy:** E-marketing in promoting healthy lifestyle among upper-secondary students.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** W: Międzynarodowa Konferencja Naukowa - Zdrowie i Style Życia, Wrocław 24-25.05.2018, streszczenia

**Opis fizyczny:** s.[2 nlb.]

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 100%*

**Tytuł oryginalny:** Strengthening relationship with the patient through social media marketing.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Światała R., Trzewiczek M..

**Źródło:** Publ.Health Forum; 2018 : Vol.4, nr 3, p.238

**Uwagi:** 4th International Congress of Polish Society of Public Health - Public Health in Environmnet, Wrocław 22-23.11.2018, abstracts

**p-ISSN:** 2450-4289

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** EN

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opracowanie wyników, redakcja)*

## **IX. Liczba publikacji pełnotekstowych w suplementach czasopism**

**A. posiadających "impact factor"**

**B. nie posiadających "impact factor"**

## **X. Liczba listów do redakcji czasopism**

**A. posiadających "impact factor"**

**B. nie posiadających "impact factor"**

## **XI. Liczba publikacji z udziałem autora w badaniach wielośrodkowych**

**A. w czasopismach posiadających "impact factor"**

**B. nie posiadających "impact factor"**

## **10.2. Prace opublikowane przed uzyskaniem stopnia doktora**

Przed uzyskaniem stopnia doktora w skład mojego dorobku naukowego wchodziło łącznie 16 publikacji z punktacją: 60 MNiSW. Na mój dorobek publikacyjny składało się: 7 artykułów wydanych w polskich wydawnictwach, 2 książki, 2 rozdziały w monografiach polskich, 2 pełne referaty ze zjazdów krajowych. Ponadto opublikowałam 2 streszczenia z konferencji krajowych oraz 1 z międzynarodowych.

**I. Oryginalne pełnotekstowe prace naukowe (bez streszczeń zjazdowych i konferencyjnych, prac w suplementach czasopism, listów do redakcji oraz udziału autora wymienionego w dodatku (appendix) jako uczestnika badań wielośrodkowych).**

**A. w czasopismach posiadających "impact factor" - chronologicznie**

**B. w czasopismach bez "impact factor"**

**Tytuł oryginału:** Możliwości zwiększania popytu na usługę medyczną w poszczególnych jednostkach medycznych.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M.

**Czasopismo:** Antidotum; 2001 : R.10 nr 4, ss.11-14.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 3.000

*Udział własny szacuję na 100 %*

**Tytuł oryginału:** Zwiększenie popytu na usługi medyczne.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** Gazeta Szpitalna; 2001 : nr 15, ss.4-5.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 1.000

*Udział własny szacuję na 100 %*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie lekami, czyli gospodarka lekiem i farmakoekonomika.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Światała M., Kurkowski J. L.

**Źródło:** Gazeta Szpitalna; 2003 : nr 26, ss.10-11.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 1.000

*Udział własny szacuję na 80 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Możliwości wsparcia środowiska osób niepełnosprawnych przez organizacje pozarządowe - śląska perspektywa.

**Autorzy:** Holecki T., Kobza J., Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** Zdr.Publ.; 2006 : T.116 nr 1, ss.201-205.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

**Tytuł oryginału:** Sytuacja osób niepełnosprawnych w świetle zadań stojących przed samorządem terytorialnym na przykładzie województwa śląskiego.

**Autorzy:** Holecki T., Kobza J., Syrkiewicz-Światała M.

**Źródło:** Zdr.Publ.; 2006 : T.116 nr 2, ss.322-326.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 40 % (założenia, badania, opracowanie wyników)*

## II. Opisy przypadków:

- A. w czasopismach z "impact factor"
- B. w czasopismach bez "impact factor"

## III. Prace poglądowe:

- A. w czasopismach z "impact factor"
- B. w czasopismach bez "impact factor"

## IV. Rozdziały w podręcznikach

- A. międzynarodowych
- B. krajowych

**Tytuł oryginału:** Podstawy budowania efektywnej komunikacji, czyli public relations jako funkcja zarządzania.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Świtała R.

**Źródło:** W: Public relations. Skuteczna komunikacja w teorii i praktyce : praca zbiorowa; Red.: H. Przybylski

**Adres wydawniczy:** Katowice : Wydaw. Akademii Ekonomicznej, 2004

**Opis fizyczny:** ss.280-289.

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 80 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Komunikacja wewnętrzna w placówkach służby zdrowia.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Public relations. Skuteczna komunikacja w teorii i praktyce. Praca zbiorowa.; Red.: H. Przybylski.

**Adres wydawniczy:** Katowice : Wydaw. Akademii Ekonomicznej, 2006

**Opis fizyczny:** ss.383-393.

**p-ISBN:** 83-7246-859-1

**Charakt. formalna:** PRO

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 3.000

*Udział własny szacuję na 100 %*

### C. autorstwo monografii

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holeccki T.

**Adres wydawniczy:** Katowice : SAM, 2007

**Opis fizyczny:** 72 ss.

**p-ISBN:** 978-83-7509-042-0

**Charakt. formalna:** PK

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 12.000

*Udział własny szacuję na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Rynek pracy w ochronie zdrowia.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M.

**Adres wydawniczy:** Katowice : ŚAM, 2007

**Opis fizyczny:** 80 ss.

**p-ISBN:** 978-83-7509-041-3

**Charakt. formalna:** PK

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 12.000

*Udział własny szacuje na 50 % (koncepcja, założenia, badania, opis, redakcja)*

## **V. Prace popularnonaukowe i inne**

**Tytuł oryginału:** Prognozowanie potencjału zasobów ludzkich w zarządzaniu kadrami medycznymi na przykładzie studentów ratownictwa medycznego Śląskiej Akademii Medycznej.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M., Romańczyk T.

**Źródło:** W: 11 Ogólnopolska Konferencja „Jakość w opiece zdrowotnej”. Kraków 17-17.05.2007 r.

Kraków: GP przy Centrum Monitorowania Jakości w Ochronie Zdrowia 2007.

**Opis fizyczny:** ss.135-140.

**Charakt. formalna:** PRZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuje na 40 % (koncepcja, opis, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Zarządzanie strukturą personelu medycznego (profesjonalistów medycznych) w Polsce.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holecki T., Romańczyk T.

**Źródło:** W: 11 Ogólnopolska Konferencja „Jakość w opiece zdrowotnej”. Kraków 17-17.05.2007 r.

Kraków: GP przy Centrum Monitorowania Jakości w Ochronie Zdrowia 2007.

**Opis fizyczny:** ss.15-20.

**Charakt. formalna:** PRZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuje na 70 % (koncepcja, założenia, badania, opis, opracowanie wyników, redakcja)*

## **VI. Redaktor naczelny czasopisma**

## **VII. Redaktor naczelny monografii**

**Informacje dodatkowe:**

## **VIII. Liczba streszczeń:**

### **A. ze zjazdów międzynarodowych (bez punktacji)**

**Tytuł oryginału:** Innowacyjność w modelowaniu funkcjonowania systemu opieki zdrowotnej w Polsce.

**Autorzy:** Świtała R., Syrkiewicz-Świtała M.

**Źródło:** W: Miżnarodna Naukovo-Praktična Konferencija: Upravlinnaja innovacijnim procesom v Ukraini: Problemi, perspektivi, riziki, Lviv [Ukraina] 11-13.04.2006,

**Opis fizyczny:** ss.548-549.

**Charakt. formalna:** ZSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuje na 50 % (koncepcja, założenia, badania, redakcja)*

## **B. ze zjazdów krajowych (bez punktacji)**

**Tytuł oryginału:** Studenci Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiej Akademii Medycznej jako aktywni uczestnicy segmentu rynku pracy zawodów medycznych.

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M., Kobza J., Woźniak J., Geremek M., Olejniczak M.

**Źródło:** W: Epistatkat 2006 - Sympozjum naukowe i seminarium poświęcone metodologicznym problemom medycznych badań naukowych, Katowice-Ligota 28-30.09.2006, streszcz.

**Opis fizyczny:** s.72.

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 40 % (konceptcja, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Działania promocyjne gabinetów stomatologicznych w województwie śląskim.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holecki T., Kobza J., Woźniak J., Geremek M., Olejniczak M.

**Źródło:** W: Epistatkat 2006 - Sympozjum naukowe i seminarium poświęcone metodologicznym problemom medycznych badań naukowych, Katowice-Ligota 28-30.09.2006, streszcz.

**Opis fizyczny:** s.82.

**Charakt. formalna:** PSZ

**Język publikacji:** PL

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, opracowanie wyników, redakcja)*

## **IX. Liczba publikacji pełnotekstowych w suplementach czasopism**

### **A. posiadających "impact factor"**

### **B. nie posiadających "impact factor"**

**Tytuł oryginału:** Działania promocyjne gabinetów stomatologicznych w województwie śląskim.

**Autorzy:** Syrkiewicz-Świtała M., Holecki T., Kobza J., Woźniak J., Olejniczak M., Geremek M.

**Źródło:** Ann.Acad.Med.Siles.; 2006 : Vol.60 supl.95, ss.120-126.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 50 % (konceptcja, opracowanie wyników, redakcja)*

**Tytuł oryginału:** Studenci Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiej Akademii Medycznej jako uczestnicy segmentu rynku pracy zawodów medycznych..

**Autorzy:** Holecki T., Syrkiewicz-Świtała M., Kobza J., Woźniak J., Olejniczak M., Geremek M.

**Źródło:** Ann.Acad.Med.Siles.; 2006 : Vol.60 supl.95, ss.33-40.

**Charakt. formalna:** PA

**Język publikacji:** PL

**Punktacja MNiSW:** 6.000

*Udział własny szacuję na 40 % (konceptcja, opracowanie wyników, redakcja)*

## **X. Liczba listów do redakcji czasopism**

### **A. posiadających "impact factor"**

### **B. nie posiadających "impact factor"**

## **XI. Liczba publikacji z udziałem autora w badaniach wielośrodkowych**

### **A. w czasopismach posiadających "impact factor"**

### **B. nie posiadających "impact factor"**

### 10.3. Prace prezentowane na konferencjach po uzyskaniu stopnia doktora

Po uzyskaniu stopnia doktora prezentowałam 58 prac: 29 na konferencjach międzynarodowych i 29 na krajowych. Poniżej podano je chronologicznie:

- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Japońska sztuka komunikacji*, Konferencja PR Forum 2008: „Public relations – sztuka skutecznej komunikacji w teorii i praktyce”, Wisła, wrzesień 2008 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Knapik A., *Marketing personalny w ochronie zdrowia w dobie kryzysu gospodarczego*, Międzynarodowa Konferencja: „Problemy zarządzania zasobami ludzkimi w dobie globalizacji”. Częstochowa, czerwiec 2009 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., *Internacjonalizacja działalności usługowej w dobie kryzysu finansowego*, Międzynarodowa Konferencja: „Zarządzanie organizacjami w warunkach globalizacji - nowe trendy, strategie, techniki”. Częstochowa, październik 2009 r.
- Kobza J., Geremek M., **Syrkiewicz-Światała M.**, Woźniak-Holecka J., Holecki T., *Primary care In Poland – selected results*, 2nd European Public Health Conference, EUPHA, Łódź, listopad 2009 r.
- Knapik A., **Syrkiewicz-Światała M.**: *Marketing społeczny w percepcji studentów uczelni technicznej – analiza i ocena na wybranym przykładzie*, Międzynarodowa Konferencja: „Marketing społeczny oraz perspektywy jego rozwoju na świecie”, Częstochowa, listopad 2009 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Kadry a jakość usług zdrowotnych. System zarządzania jakością w uczelni wyższej na kierunku zdrowie publiczne.*, Konferencja: „Jakość 2010: systemy zarządzania w ochronie zdrowia – doświadczenia oraz nowe trendy”. Ministerstwo Zdrowia, Warszawa, październik 2010 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Instruments of integrated health promotion for the fight against civilization diseases*, Międzynarodowa Konferencja: „Zintegrowana działalność promocyjna na rynkach krajowych i międzynarodowych”. Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, listopad 2010 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Practice of integrated promotional activities in health care*, Międzynarodowa Konferencja: „Zintegrowana działalność promocyjna na rynkach krajowych i międzynarodowych”. Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, listopad 2010 r.
- Holecki T., **Syrkiewicz-Światała M.**, *Plany restrukturyzacji województwa śląskiego – od rozwiązań branżowych po strategię regionalną*, I Śląska Ekonomiczna Konferencja Naukowa: *Kierunki rozwoju gospodarczego - Polska 2020*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne o/Katowice, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice, listopad 2010 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Holecki T., Kotowski P., *Koncepcja marketingowego zarządzania organizacją świadczącą usługi medyczne*, Jubileuszowa Konferencja Naukowa, Gliwicka Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości, Gliwice, listopad 2010 r.
- Moroz E., **Syrkiewicz-Światała M.**, *Teoria ograniczeń jako nowoczesna filozofia zarządzania w ochronie zdrowia*, Jubileuszowa Konferencja naukowa, Gliwicka Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości, Gliwice, listopad 2010 r.

- **Syrkiewicz-Światała M.,** Niedzielska A., *Marketing społeczny w percepcji studentów uczelni medycznej - analiza i ocena na wybranym przykładzie.*, V Konferencja Naukowa Katedr Marketingu Uczelni Technicznych: „Marketing 2010 – terażniejszość i przyszłość”. Politechnika Gdańska Wydział Zarządzania i Ekonomii, Gdańsk, grudzień 2010 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.,** Kotowski P., Holecki T., *Qualifications of leaders in healthcare facilities*, Międzynarodowa Konferencja: *Zarządzanie publiczne – uwarunkowania, kierunki, techniki*. Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, grudzień 2010 r.
- Szkutnik J., Gawlak A., Moroz E., **Syrkiewicz-Światała M.,** *Communication support increasing energy efficiency in the world*, Proceedings of the 12<sup>th</sup> International Scientific Conference Electric Power Engineering 2011 [EPE], Kouty nad Desnou Czech Republic, maj 2011 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.,** Klimeczek M., Światała R., *Marketing społeczny w walce z rakiem szyjki macicy*, Konferencja, I Bałtyckie Sympozjum Naukowo-Szkoleniowe: „Zdrowie i Rodzina”, zajęcie I miejsca w sesji plakatowej, Kołobrzeg, czerwiec 2011 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.,** *Wielkowskalarowość działań marketingowych na rynku usług zdrowotnych*, II Ogólnopolska Konferencja Dietetyki: „Congressus dietetica”, Łódź, marzec 2012 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.,** Holecki T., Wojtynek E., *Znaczenie mass mediów w promocji zdrowia*, IV Międzynarodowy Kongres Zdrowia Publicznego, II Bałtyckie Sympozjum Naukowo-Szkoleniowe: „Między medycyna kliniczną a zdrowiem publicznym”, Międzyzdroje, maj/czerwiec 2012 r.
- Holecki T., **Syrkiewicz-Światała M.,** Leśniak D., *Internetowy rynek apteczny w Polsce*, IV Międzynarodowy Kongres Zdrowia Publicznego, II Bałtyckie Sympozjum Naukowo-Szkoleniowe: „Między medycyna kliniczną a zdrowiem publicznym”, Międzyzdroje, maj/czerwiec 2012 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.,** Holecki T., Kowalska J., *Zakres zastosowania outsourcingu w wybranych szpitalach z województwa śląskiego*, Konferencja Naukowo-Szkoleniowa, IV Bałtyckie Forum Zdrowia: „Uwarunkowania rozwoju jednostek ochrony zdrowia”, Szczecin, październik 2012 r.
- Światała R., **Syrkiewicz-Światała M.,** *Free movement of medical services as part of sustainable development in European Union*. Second International Conference on Sustainable Business and Transitions for Sustainable Development, Thirteenth International Conference on Current Issues of Sustainable Development-Multilevel Governance and Strategic Approaches towards Sustainable (Product) Innovation, Uniwersytet Opolski, Wydział Ekonomii, Opole, czerwiec 2013 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.,** *Marketing usług zdrowotnych w aspekcie swobodnego przepływu pacjentów w euroregionach*, Konferencja i Debata Dyrektywy Parlamentu Europejskiego 2011/24/EU w zakresie swobodnego przepływu usług medycznych: „Rynek Usług Medycznych nowe wyzwania, możliwości i wzajemne współdziałania, Fundacja Wspierania Sportu i Zdrowia”, Ustroń, grudzień 2013 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.,** *Uwarunkowania strategii promocyjnych podmiotów leczniczych pragnących wykorzystać social media marketing w relacjach z pokoleniem Y przy budowaniu przewagi konkurencyjnej*, III Bałtyckie Sympozjum Naukowo-Szkoleniowe: „Innowacje



w medycynie i naukach o zdrowiu. Badania, edukacja, współpraca”, Szczecin, kwiecień 2014 r.

- **Syrkiewicz-Świtła M.**, *Wizerunek a social media. Tajemnica wzmacniania dobrej opinii z pomocą mediów społecznościach*, V Forum Marketingu, Komunikacji i Public Relations w ochronie zdrowia, Warszawa, wrzesień 2014 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, *Social media i ich wpływ na kształtowanie pozytywnego wizerunku podmiotu leczniczego*, VII Konferencja Dyrektorów Szpitali Klinicznych Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach, kwiecień 2015 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, *Social media marketing w ochronie zdrowia – nie tylko dla pokolenia Y*, IV Bałtyckie sympozjum: „Pacjent 60+ w systemie opieki zdrowotnej – badania, edukacja, współpraca”, Szczecin, maj 2015 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, Świtła R., *Manner of searching the health information by Generation Y in terms of possible usage of social media marketing to promote health services*, 2<sup>nd</sup> International scientific conference: “New trends in management and production engineering-regional, Cross-border and global perspectives”, Cieszyn, maj 2015 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, Lar K., Holecki T., *The use of social media and social media marketing tools by the polish marshal offices to promote health*, 5<sup>th</sup> International conference on management: “Management, leadership and strategy for SMEs’ competitiveness”, Szent István University, Hungary, Gödöllő, June 2015 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, *The importance of health information obtained via Internet in the opinion of Generation Y in terms of possibility of using social media marketing to promote health services*, 2<sup>nd</sup> V4 Conference on public health 2015: “Health for public, public for health”, Zabrze, wrzesień 2015 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, Strzelecka A., *Instamatka szansą na skuteczne prowadzenie działań w zakresie promocji zdrowia za pośrednictwem narzędzi social media marketingu*, Konferencja Naukowo-szkoleniowa: „Dobrostan i wiek wellness and age”, Urszulin, czerwiec 2016 r.
- Strzelecka A., **Syrkiewicz-Świtła M.**, *Rola komunikacji w ochronie zdrowie na przykładzie systemu teleinformatycznego „Zintegrowany Informator Pacjenta”*, Konferencja Naukowo-szkoleniowa: „Dobrostan i wiek wellness and age”, Urszulin, czerwiec 2016 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, Sobczyk K., Wróblewski M., *Perspektywy rozwoju social media marketingu w komunikacji z pacjentami 55+ w aspekcie zagrożenia wykluczeniem cyfrowym*, XII Konferencja Naukowa: „Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty”, Pogorzelica, październik 2016 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, udział w panelu dyskusyjnym: *Dziel i rządź – aktywa i pasywa systemu ochrony zdrowia*, II Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2016 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, udział w panelu dyskusyjnym: *Komunikacja – element scalający system ochrony zdrowia*, II Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2016 r.
- **Syrkiewicz-Świtła M.**, Strzelecka A., *Wady i zalety wykorzystywania mediów społecznościowych w budowaniu pozytywnego wizerunku szpitala*, II Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2016 r.

- Strzelecka A., **Syrkiewicz-Świtała M.**, *Wykorzystanie narzędzi e-Zdrowia w placówkach podstawowej opieki zdrowotnej w aspekcie marketingu relacji*, II Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2016 r.
- Świtała R., **Syrkiewicz-Świtała M.**, *Academic entrepreneurship in the field of medical innovation for socio-economic development in Poland*, International Conference Academic Entrepreneurship in International Context, Bielsko-Biała, listopad 2016 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, udział w panelu dyskusyjnym: *Komunikacja i edukacja, temat wystąpienia: Social media marketing w ochronie zdrowia*, X Studenckie Sympozjum Naukowe I Międzynarodowe Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego: „Qvo vadis Public Health”, Wrocław, marzec 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Strzelecka A., *Social media marketing w szpitalu – pilotażowa analiza na przykładzie jednego z wybranych szpitali z województwa świętokrzyskiego*. X Studenckie Sympozjum Naukowe I Międzynarodowe Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego: „Qvo vadis Public Health”, Wrocław, marzec 2017 r.
- Strzelecka A., **Syrkiewicz-Świtała M.**, *e-Health in hospital - pilot analysis on the basis of one selected hospital in swietokrzyskie province*, X Studenckie Sympozjum Naukowe I Międzynarodowe Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego: „Qvo vadis Public Health”, Wrocław, marzec 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Strzelecka A., prowadzenie panelu dyskusyjnego: *Wyzwania zdrowia publicznego na rzecz zdrowego stylu życia*, Międzynarodowa Konferencja: „Zdrowie i Style Życia”, Wrocław, maj 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Strzelecka A., udział w panelu dyskusyjnym: *Wyzwania zdrowia publicznego na rzecz zdrowego stylu życia*, temat wystąpienia: *Social media marketing w szpitalu na rzecz propagowania zachowań prozdrowotnych*, Międzynarodowa Konferencja: „Zdrowie i Style Życia”, Wrocław, maj 2017 r.
- Strzelecka A., **Syrkiewicz-Świtała M.**, udział w panelu dyskusyjnym: *Wyzwania zdrowia publicznego na rzecz zdrowego stylu życia*, temat wystąpienia: *Możliwości wykorzystania narzędzi e-Zdrowia w szpitalu na rzecz propagowania zachowań prozdrowotnych*, Międzynarodowa Konferencja: „Zdrowie i Style Życia”, Wrocław, maj 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, udział w panelu dyskusyjnym: *Elektroniczna dokumentacja medyczna – dokąd zmierzamy Projekty teleinformatyczne w ochronie zdrowia. Jakość w ochronie zdrowia – wymóg prawny czy obiektywna konieczność*, temat wystąpienia: *Social media marketing w ochronie zdrowia*. II Ogólnopolska Konferencja: „Ewidencja świadczeń zdrowotnych podstawą bezpieczeństwa prawnego finansowego placówki medycznej”, Kielce, maj 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, prowadzenie panelu dyskusyjnego: *Elektroniczna dokumentacja medyczna – dokąd zmierzamy Projekty teleinformatyczne w ochronie zdrowia. Jakość w ochronie zdrowia – wymóg prawny czy obiektywna konieczność*. II Ogólnopolska Konferencja: „Ewidencja świadczeń zdrowotnych podstawą bezpieczeństwa prawnego finansowego placówki medycznej”, Kielce, maj 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, *Social media marketing in health care*, Seminar REBN, Center for Regional Economic and Business Networks (REBN), Japonia, Sapporo, lipiec 2017 r.

- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Kotlarek M., *The importance of social media marketing in promoting health in the opinion of inhabitants of Gliwice*, XIII Konferencja Naukowa: "Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty", Trzemeszno, październik 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, udział i prowadzenie panelu dyskusyjnego: *Komunikacja, świadczenie, efekt – ochrona zdrowia w oczach pacjenta*, III Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Strzelecka A., *Use of information systems in selected health care institutions in the aspect of improving patient care*, III Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2017 r.
- Strzelecka A., **Syrkiewicz-Świtała M.**, *Korzyści i zagrożenia wynikające z elektronicznej dokumentacji medycznej (edm) pacjentów w opinii personelu medycznego w wybranych placówkach ochrony zdrowia*, III Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2017 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, *Wspomagająca rola e-marketingu w opiece paliatywnej*, Międzynarodowa Konferencja Naukowa: „Advanced Medicine – Palliative Care – Edition 2018”, Zabrze, styczeń 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, *Znaczenie social media marketingu w opiece paliatywnej*, Konferencja Medyczna: „Potrzeby chorych objętych specjalistyczną opieką paliatywną”, Rybnik, kwiecień 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, prowadzenie panelu dyskusyjnego: *Wyzwania zdrowia publicznego na rzecz zdrowego stylu życia*, Międzynarodowa Konferencja: „Zdrowie i Style Życia”, Wrocław, maj 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, udział w panelu dyskusyjnym: *Wyzwania zdrowia publicznego na rzecz zdrowego stylu życia*, temat wystąpienia: *E-marketing w propagowaniu zdrowego stylu życia wśród młodzieży ponadgimnazjalnej*, Międzynarodowa Konferencja: „Zdrowie i Style Życia”, Wrocław, maj 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, *E-marketing a jakość w ochronie zdrowia*, III Ogólnopolska Konferencja: „Ewidencja świadczeń zdrowotnych podstawą bezpieczeństwa prawnofinansowego placówki medycznej”, Kielce, maj 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, moderator i prowadzący forum dyskusyjne: *Opieka przeciwbólowa priorytetem dla zdrowia*, Konferencja Naukowo-Szkoleniowa: „Od akupunktury do medycyny bólu”, Katowice, maj 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, Wójcik M., *Synergy between social media marketing and maps of health needs in ocnology - on the example of defining the potential of social media marketing in promoting health behaviors among junior high school students*, XIV Konferencja Naukowa: "Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty", Dziwnów, październik 2018 r.
- **Syrkiewicz-Świtała M.**, udział i prowadzenie panelu dyskusyjnego: *Być zdrowym - przywilej czy obowiązek?*, IV Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2018 r.

- **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., Trzewiczek M., *Strengthening relationship with the patient through social media marketing*, IV Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2018 r.

#### 10.4. Prace prezentowane na konferencjach przed uzyskaniem stopnia doktora

Przed uzyskaniem stopnia doktora czynnie uczestniczyłam w 15 krajowych i jednej międzynarodowej konferencji naukowej – podane chronologicznie.

- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Analiza rynku usług medycznych w Polsce*, w materiałach z Konferencji i Sympozjum: „Kariera lekarza w dobie reformy służby zdrowia”, Śląska Akademia Medyczna w Katowicach, Katowice 1999 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Specyfika zarządzania „małą firmą medyczną” i marketing usług zdrowotnych*, w materiałach z Konferencji i Sympozjum: „Kariera lekarza w dobie reformy służby zdrowia”, Śląska Akademia Medyczna w Katowicach, Katowice 1999 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Procesy dostosowawcze służby zdrowia na Śląsku w świetle członkostwa Polski w UE*, w materiałach z Konferencji: „Rozwój regionalny w perspektywie integracji europejskiej (aspekty ekonomiczne, społeczne i ekologiczne)”, Politechnika Opolska Wydział Zarządzania i Inżynierii Produkcji, Opole 2001 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Problem bezrobocia w sektorze opieki zdrowotnej*, w materiałach z Konferencji: „Teoretyczne i praktyczne aspekty przeciwdziałania bezrobociu w gminach”, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa w Katowicach, Katowice 2001 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Racjonalna gospodarka lekiem na przykładzie SP CSK ŚAM*, w materiałach z Konferencji: „Szpital i jego apteka”, Konferencja IMS, Warszawa 2004 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Światała R., *Podstawy budowania efektywnej komunikacji czyli public relations jako funkcja zarządzania*, Konferencja PR Forum 2004: „Public relations – sztuka skutecznej komunikacji w teorii i praktyce”, Wisła 2004 r.
- Kurkowski J.L., **Syrkiewicz-Światała M.**, *Znaczenie edukacji zdrowotnej w kształtowaniu kosztów leczenia cukrzycy typu II w SP CSK ŚAM*, Międzynarodowa Konferencja Jubileuszowa: „Problemy zdrowia publicznego u progu XXI wieku”, Wrocław 2004 r.
- Kurkowski J.L., **Syrkiewicz-Światała M.**, *Analiza zużycia antybiotyków w ampulkach w SP CSK ŚAM*, w materiałach z II Konferencji Naukowej Polskiego Towarzystwa Farmakoekonomicznego, Warszawa 2004 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, Kurkowski J.L., *Racjonalizacja kosztów – doświadczenia Samodzielnego Publicznego Centralnego Szpitala Klinicznego Śląskiej Akademii Medycznej (SP CSK ŚAM) w Katowicach*, w materiałach z konferencji „Racjonalizacja kosztów procedur medycznych pod kątem kontraktowania z publicznym płatnikiem”, VIII Ogólnopolska Konferencja: „Jakość w Opiece Zdrowotnej, Centrum Monitorowania Jakości”, Kraków 2004 r.
- **Syrkiewicz-Światała M.**, *Komunikacja wewnętrzna w placówkach służby zdrowia*, Konferencja PR Forum 2005: „Public relations – sztuka skutecznej komunikacji w teorii i praktyce”, Podlesice, wrzesień 2005 r.

- Świtłała R., **Syrkiewicz-Świtłała M.**, *Innowacyjność w modelowaniu funkcjonowania systemu opieki zdrowotnej w Polsce, Management of innovation process in Ukraine: problems, perspectives, risks, (Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики,)* - Międzynarodowa Naukowo- Praktyczna Konferencja, National University „Lvivska Polytehnika”, streszczenie s. 548-549, Lwów maj 2006 r.
- **Syrkiewicz-Świtłała M.**, Holecki T., Kobza J., Woźniak J., Olejniczak M., Geremek M., *Działania promocyjne gabinetów stomatologicznych w województwie śląskim*, Epistatkat 2006 – sympozjum naukowe i seminarium poświęcone metodologicznym problemom medycznych badań naukowych, streszczenie s. 82., Katowice, wrzesień 2006 r.
- Holecki T., **Syrkiewicz-Świtłała M.**, Kobza J., Woźniak J., Olejniczak M., Geremek M., *Studenci Wydziału Zdrowia Publicznego Śląskiej Akademii Medycznej, jako aktywni uczestnicy segmentu rynku pracy zawodów medycznych*, (praca nagrodzona na konferencji jako najlepsza prezentacja w sesji plakatowej), Epistatkat 2006 – sympozjum naukowe i seminarium poświęcone metodologicznym problemom medycznych badań naukowych, streszczenie s. 82., Katowice, wrzesień 2006 r.
- **Syrkiewicz-Świtłała M.**, Holecki T., Romańczyk T., *Zarządzanie strukturą personelu medycznego (profesjonalistów medycznych) w Polsce, Jakość w opiece zdrowotnej - XI ogólnopolska konferencja*, Kraków, maj 2007 r.
- Holecki T., **Syrkiewicz-Świtłała M.**, Romańczyk T., *Prognozowanie potencjału zasobów ludzkich w zarządzaniu kadrami medycznymi na przykładzie studentów ratownictwa medycznego Śląskiej Akademii Medycznej*, Jakość w opiece zdrowotnej - XI ogólnopolska konferencja, Kraków, maj 2007 r.
- **Syrkiewicz-Świtłała M.**, *Działania public relations szpitali klinicznych województwa mazowieckiego*, Konferencja PR Forum 2007: „Public relations – sztuka skutecznej komunikacji w teorii i praktyce”, Wisła, wrzesień 2007 r.

## 10.5. Podsumowanie dorobku naukowego po uzyskaniu stopnia doktora

Po uzyskaniu stopnia doktora w skład mojego dorobku naukowego wchodzi łączenie 119 publikacji z punktacją: IF 7,593; 606 MNiSW. Na mój dorobek publikacyjny składa się: 38 artykułów wydanych w polskich wydawnictwach oraz 7 artykułów zagranicznych, 2 książki, 3 redakcje polskich monografii, 52 rozdziały w monografiach polskich i jeden w zagranicznej, 2 pełne referaty ze zjazdów zagranicznych oraz jeden rozdział w monografii zagranicznej przyjęty do druku (potwierdzenie przyjęcia pracy do druku stanowi załącznik do mojego wniosku). Ponadto opublikowałam 9 streszczeń z konferencji międzynarodowych oraz 4 z krajowych. Aktywnie uczestniczyłam w 29 międzynarodowych i 29 krajowych konferencjach naukowych (wszystkie zaprezentowałam w wykazie konferencji niniejszego autoreferatu). Indeks Hirscha wg. Web of Science wynosi 1 przy liczbie cytacji 4. Według bazy

Scopus Indeks Hirscha wynosi 1, a liczba cytacji 4. Według Google Scholar Indeks Hirscha wynosi 5, a liczba cytowani 66 (stan na dzień 03.04.2019 r.).

## **11. Członkostwo w Towarzystwach Naukowych**

Od 2008 r. jestem aktywnym członkiem European Public Health Association (EUPHA) oraz Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego (PTZP)

- European Public Health Association (członek – od 2008 r.)
- Polskie Towarzystwo Zdrowia Publicznego (członek – od 2008 r.), pełnione funkcje:
  - członek Zarządu Głównego PTZP – w kadencji 2010–2014; 2014–2018; 2018–2022
  - przewodnicząca Śląskiego Oddziału PTZP – w kadencji 2014–2018; 2018–2022
  - skarbnik Śląskiego Oddziału PTZP – w kadencji 2010–2014
  - członek Zarządu Śląskiego Oddziału PTZP – w kadencji 2010–2014, 2014–2018; 2018–2022

## **12. Osiągnięcia w zakresie opieki naukowej i kształcenia młodej kadry**

Od 2009 roku pełnię funkcję promotora prac dyplomowych. Dotychczasowy dorobek w tym zakresie obejmuje 49 prac w tym 42 magisterskie i 7 licencjackich. Tematyka prac związana jest z szeroko pojętą ekonomiką i zarządzaniem w ochronie zdrowia. W ostatnich latach skoncentrowałam się w szczególności na prowadzeniu prac z zakresu zarządzania i marketingu w ochronie zdrowia. Tematykę prac prezentuje poniższa lista:

- Marketing szepcany w promocji usług zdrowotnych.
- Zarządzanie relacjami w podmiotach leczniczych.
- Marketing usług dietetycznych.
- Rola public relations we współczesnych jednostkach ochrony zdrowia.
- Motywowanie personelu średniego szczebla w zakładzie o działalności leczniczej.
- Zintegrowany system zarządzania jakością w przedsiębiorstwie leczniczym.
- Zarządzanie usługami utrzymywania czystości w szpitalach.
- Organizacja i funkcjonowanie opieki paliatywnej w Polsce.
- Rola lean management w poprawie funkcjonowania NZOZ. Projekt wdrażania lean w NZOZ.
- Ewolucja systemu zarządzania odpadami w zakładzie o działalności leczniczej.
- Organizacja systemu ratownictwa medycznego w Polsce.

- Komunikacja marketingowa podmiotów medycznych z osobami starszymi.
- Marketing usług w prywatnej opiece medycznej.
- Wyzwania zarządzania zasobami ludzkimi w kontekście nietypowych form zatrudnienia w jednostkach ochrony zdrowia.
- Znaczenie szkoleń w procesie zarządzania zasobami ludzkimi na przykładzie wybranego szpitala.
- Zarządzanie relacjami w placówkach prowadzących dializoterapię.
- Zarządzanie kompetencjami w wybranych jednostkach o działalności leczniczej.
- Zarządzanie jakością usług zdrowotnych.
- Zarządzanie finansami w ochronie zdrowia.
- Monitorowanie jakości w ochronie zdrowia.
- Social media marketing w przedsiębiorstwach medycznych inter-med działających na terenie Polski.
- Outsourcing w placówkach medycznych.
- Organizacja i finansowanie działań profilaktycznych w morskiej strefie brzegowej.
- Rola samorządów terytorialnych w wypełnianiu zadań z zakresu ochrony zdrowia.
- Wykorzystanie narzędzi public relations w kreowaniu wizerunku placówek medycznych.
- Ocena stanu wiedzy personelu przedszkoli na terenie Kluczborka w zakresie chorób zakaźnych.
- Fundusz pielęgnacyjny – nowa składka ubezpieczenia społecznego.
- Monitorowanie jakości w placówkach ochrony zdrowia.
- Reklama produktów farmaceutycznych – jej znaczenie i wpływ na decyzje zakupowe pacjentów.
- Kreowanie wizerunku jednostki o działalności leczniczej za pośrednictwem narzędzi marketingowych.
- Farmamarketing w social media.
- Social media marketing w propagowaniu prawidłowego odżywiania wśród młodzieży ponadgimnazjalnej.
- Ocena stanu wiedzy uczniów szkół gimnazjalnych na temat antykoncepcji.
- Outsourcing jako współczesna koncepcja zarządzania w jednostkach ochrony zdrowia.
- Rola internetowych narzędzi komunikacji marketingowej w propagowaniu zachowań prozdrowotnych wśród młodzieży gimnazjalnej.
- Rola mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej w ochronie zdrowia.
- Współczesne sposoby obsługi pacjentów w zakładach ochrony zdrowia.
- Wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji zdrowia.
- Rola i znaczenie mediów społecznościowych w promowaniu zdrowego stylu życia.

- Znaczenie i rola mediów w niesieniu pomocy osobom potrzebującym opieki długoterminowej oraz ich rodzinom.
- System zarządzania jakością w ochronie zdrowia na przykładzie centrum medycznego Inter-med. S.C.
- Prywatne ubezpieczenia zdrowotne w Polsce (szanse i zagrożenia wprowadzania ich do powszechnego systemu ochrony zdrowia).
- Wykorzystanie marketingu społecznego w ochronie zdrowia.
- Szanse i zagrożenia w kreowaniu wizerunku usług medycznych.
- Społeczno-ekonomiczne aspekty promocji zdrowia.
- CRM w zarządzaniu strategicznym przedsiębiorstwa medycznego.
- Head-Hunting i Networking jako współczesne metody rekrutacyjne w podmiotach ochrony zdrowia.
- Systemy motywacyjne stosowane w placówkach ochrony zdrowia.
- Zintegrowane narzędzia promocji na rynku farmaceutycznym.

Od 2012 r. jestem opiekunem praktyk studenckich dla kierunku zdrowie publiczne I stopnia. Praktyki obejmują grupę studentów stacjonarnych i niestacjonarnych specjalności „zarządzanie i organizacja w ochronie zdrowia”.

Aktywnie wspieram merytorycznie wszelkie naukowe inicjatywy studenckie. Jestem zapraszana przez Studenckie Koła Naukowe do pełnienia funkcji członka komisji naukowej lub wygłaszanie wykładów w sesjach plenarnych. Przykładowo uczestniczyłam w X Studenckim Sympozjum Naukowym – I Międzynarodowe Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego „Qvo vadis Public Health” (Wrocław, marzec 2017 r.). Moim zadaniem była ocena prezentowanych przez studentów prac oraz wygłoszenie w sesji plenarnej wykładu na temat: *Social media marketing w ochronie zdrowia*. Brałam także czynny udział w pracach komisji naukowej podczas sesji Zdrowia Publicznego i Ochrony Zdrowia, International Medical Congress of Silesia 2016 (SIMC 2016 - Katowice, kwiecień 2016 r.) organizowanego przez Studenckie Towarzystwo Naukowe Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach. Pełniłam w nim rolę jurora prezentowanych prac.

Poza opieką nad studentami opracowałam także autorskie programy kształcenia, które zostały wdrożone i są realizowane przez studentów kierunku „zdrowie publiczne”. W 2005 r. opracowałam i przygotowałam autorski program nauczania ekonomiki zdrowia dla studentów kierunku zdrowie publiczne, który został wdrożony i jest realizowany przez wszystkich studentów I i II stopnia. W 2010 r. opracowałam i przygotowałam autorski program



specjalności „zarządzanie i organizacja w ochronie zdrowia” w ramach kierunku zdrowie publiczne. Program ten jest realizowany i znajduje bardzo duże uznanie wśród studentów, corocznie specjalizacja ta jest przez nich wybierana. W 2014 r. opracowałam również program studiów podyplomowych „zarządzanie projektami w ochronie zdrowia”, który został zaakceptowany i znajduje się w ofercie edukacyjnej Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.

Uczestniczę w kształceniu podyplomowym lekarzy specjalizujących się oraz osób zainteresowanych rozwojem w zakresie zarządzania w ochronie zdrowia na studiach podyplomowych (od 2010 r.) oraz III stopnia (doktoranckich od 2016 r.). Od 2005 r. prowadzę zajęcia dla lekarzy specjalizujących się z zakresu ekonomiki zdrowia w ramach kursu „zdrowie publiczne”. Obecnie kursy te organizowane są przez Śląską Izbę Lekarską, wcześniej odbywały się w Śląskim Centrum Zdrowia Publicznego oraz w Śląskim Uniwersytecie Medycznym w Katowicach.

### **13. Działalność dydaktyczna i organizacyjna**

#### **13.1. Funkcje organizacyjne**

Na Wydziale Zdrowia Publicznego w Bytomiu Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach pełnię następujące funkcje organizacyjne:

- Od 2010 r. Koordynator ds. Promocji Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach (dawna Przewodnicząca Zespołu ds. Promocji Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach).
- Od 2012 r. członek Zespołu ds. Jakości Kształcenia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Od 2013 r. członek Zespołu ds. Efektów Kształcenia i Kontroli Poprawności Sylabusów Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Od 2003 r. Kierownik Ćwiczeń Zakładu Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia (dawnego Zakładu Ekonomiki Zdrowia) Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Członek Rady Wydziału Zdrowia Publicznego w kadencji 2016-2020.

Jako koordynator ds. promocji WZP SUM opracowuję i realizuję plan przedsięwzięć promocyjnych Wydziału. W ich skład wchodzi m.in. coroczna organizacja Dnia Otwartego WZP SUM, uczestnictwo w Targach Edukacyjnych, współorganizacja Śląskiego oraz Bytomskiego Festiwalu Nauki, opracowywanie materiałów na stronę internetową WZP SUM oraz na fanpage tego Wydziału. Ponadto zajmuję się koordynacją wszelkich aktywności w postaci: prezentacji, wykładów, prelekcji, warsztatów, pokazów itp., związanych z kształtowaniem relacji z interesariuszami zewnętrznymi Wydziału. W Zespole ds. Efektów Kształcenia i Kontroli Poprawności Sylabusów Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu opracowywałam dokumentację wymaganą do uzyskania akredytacji Wydziału. Podczas prac zespołu ds. Jakości Kształcenia Wydziału Zdrowia Publicznego w Bytomiu, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach opracowywałam procedury niezbędne do sprawnego funkcjonowania Wydziału oraz przeprowadzałam cykliczne hospitacje prowadzonych na Wydziale zajęć. Ponadto zgłaszałam lub opiniowałam propozycje zmian wspomagających poprawę jakości kształcenia na Wydziale.

### **13.2. Prace organizacyjne przy konferencjach krajowych i międzynarodowych**

Brałam czynny udział w pracach organizacyjnych lub naukowych następujących konferencji krajowych oraz międzynarodowych:

- Członek Komitetu Naukowego i Organizacyjnego Międzynarodowej Konferencji Naukowej: „Interdyscyplinarność Medycyny Paliatywnej”, Zabrze, styczeń 2018 r.
- Członek Komitetu Naukowego i Organizacyjnego Międzynarodowej Konferencji Naukowej: „Zdrowie i Style Życia”, Annual International Conference on Health and Lifestyle (WAICHL-2017), Wrocław, maj 2017 r.
- Sekretarz Międzynarodowej Konferencji: „2<sup>nd</sup> V4 Conference on public health 2015, Health for public, public for health”, Zabrze, wrzesień 2015 r.
- Członek Komitetu Naukowego IV Międzynarodowego Kongresu Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2018 r.

- Członek Rady Programowej Międzynarodowej Konferencji Naukowej: „Zdrowie i Style Życia”, Annual International Conference on Health and Lifestyle (WAICHL-2018), Wrocław, maj 2018 r.
- Członek Komitetu Naukowego III Ogólnopolskiej Konferencji: „Ewidencja świadczeń zdrowotnych podstawą bezpieczeństwa prawno-finansowego placówki medycznej”, Kielce, maj 2018 r.
- Członek Komitetu Naukowego III Międzynarodowego Kongresu Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego, Wrocław, listopad 2017 r.
- Członek Komitetu Naukowego II Ogólnopolskiej Konferencji: „Ewidencja świadczeń zdrowotnych podstawą bezpieczeństwa prawno- finansowego placówki medycznej”, Kielce, maj 2017 r.
- Członek Komitetu Naukowego II Międzynarodowego Kongresu Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego: „Zdrowie publiczne – jak wykorzystać zasoby ochrony zdrowia”, Wrocław, listopad 2016 r.

### **13.3. Działalność dydaktyczna**

Od 2000 r. prowadzę zajęcia dydaktyczne dla studentów w postaci wykładów, seminariów i ćwiczeń w formie zarówno tradycyjnej (kontaktowej), jak i zdalnej (e-learningowej). Realizuję zajęcia dla studentów I, II i III stopnia, słuchaczy studiów podyplomowych, MBA oraz studentów programu ERASMUS. Ponadto prowadzę zajęcia z zakresu ekonomiki zdrowia dla lekarzy specjalizujących się w ramach kursu specjalizacyjnego zdrowie publiczne organizowanego aktualnie przez Śląską Izbę Lekarską.

Podczas mojej pracy w Śląskim Uniwersytecie Medycznym w Katowicach realizuję zajęcia z zakresu ekonomiki i zarządzania w ochronie zdrowia a moimi słuchaczami są studenci: zdrowia publicznego, dietetyki, ratownictwa medycznego, pielęgniarstwa, położnictwa, medycyny oraz stomatologii. Prowadziłam dla nich zajęcia i niektóre z nich nadal realizuję, jak: zarządzanie i marketing, marketing w ochronie zdrowia, public relations w ochronie zdrowia, podstawy zarządzania w ochronie zdrowia, zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia, działalność gospodarczą w ochronie zdrowia, ekonomię, ekonomikę zdrowia, ekonomikę i finansowanie w ochronie zdrowia, ubezpieczenia zdrowotne. Od 2016 r. na studiach doktoranckich realizuję przedmiot: koszty społeczne chorób przewlekłych.

W ramach programu ERASMUS prowadzę zajęcia z przedmiotu: management in healthcare, omawiając także zagadnienia obejmujące marketing in healthcare.

Od momentu utworzenia w 2010 r. na Wydziale Zdrowia Publicznego w Bytomiu (WZP SUM) studiów podyplomowych prowadzę wykłady z następujących przedmiotów: marketingu w ochronie zdrowia, public relations w ochronie zdrowia oraz komunikacji społecznej w promocji zdrowia w ramach dwóch kurów: „Zarządzenie w ochronie zdrowia (w warunkach Integracji z Unią Europejską)” oraz „Promocja zdrowia i edukacja zdrowotna”. Kształcenie na studiach podyplomowych realizuję również od 2011 r. w Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej na kierunku „Zarządzanie placówkami ochrony zdrowia” oraz „MBA w ochronie zdrowia”, prowadząc wykłady z: ekonomiki ochrony zdrowia i zarządzania strategicznego w ochronie zdrowia. Na Uczelni tej podjęłam się prowadzenia również zajęć z: ekonomii, podstaw organizacji i zarządzania, zarządzania strategicznego, zarządzania i marketingu, zarządzania zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia oraz ekonomiki zdrowia. Poza murami mojego Uniwersytetu realizuję również wykłady dla studentów Politechniki Śląskiej kierunku inżynieria biomedyczna z przedmiotu: ekonomia w służbie zdrowia. Rozpoczynając swoją karierę dydaktyczną prowadziłam zajęcia w Wyższej Szkole Administracji i Zarządzania w Zawierciu, zajmując się: public relations i technikami negocjacji oraz na Politechnice Częstochowskiej realizując przedmioty: ekonomia, finanse publiczne oraz marketing.

W ramach mojej międzynarodowej aktywności zrealizowałam zajęcia dla studentów i wykładowców z Sumy State University na Ukrainie w 2016 r. gdzie wygłosiłam 8-godzinny cykl wykładów nt.: *E- healthmarketing. Polish experience*. W trakcie mojego pobytu na stażu naukowym w Japonii w Faculty of Economics and Business in Hokkaido University w Sapporo (2017 r.) poprowadziłam cykl wykładów dla studentów I i II stopnia nt.: *Internet in health marketing. Polish experience*.

## **14. Popularyzacja nauki**

W zakresie popularyzacji nauki mam wieloletnie doświadczenie. W 2010 r. rozpoczęłam rozwijanie współpracy między Uczelnią a jej interesariuszami zewnętrznymi. W ramach współpracy ze środowiskiem lokalnym organizowałam lub uczestniczyłam w corocznych śląskich oraz bytomskich festiwalach nauki, targach edukacyjnych bądź odwiedzałam szkoły ponadgimnazjalne. Prowadziłam prelekcje, wykłady i warsztaty dla ich uczestników. Ponadto brałam udział w jarmarkach wiedzy, które odbywały się na katowicim

rynku lub organizowałam prozdrowotne stoiska w wybranych galeriach handlowych na terenie Śląska.

Udzielałam wywiadów mediom: „Rynek Zdrowia”, „Cogito”, „Stomatolog Polski”, „Radio Katowice”, „Telewizja TVS”. W wywiadzie udzielonym „Rynkowi Zdrowia” zaprezentowałam wyniki swoich badań z zakresu social media marketingu w ochronie zdrowia, tytuł artykułu: *Szpitala na fejsie, czyli komu potrzebne są media społecznościowe?*. Ponadto uczestniczyłam w popularnonaukowych bądź warsztatowych konferencjach skierowanych do praktyków lub osób zajmujących się zdrowiem. W 2013 r. uczestniczyłam w międzynarodowej konferencji organizowanej przez Fundację Sportu i Zdrowia w Ustroniu dotyczącej rynku usług medycznych i nowych wyzwań, możliwości wzajemnego współdziałania dla instytucji zajmujących się zdrowiem. Podczas tego spotkania wygłosiłam wykład: *Marketing usług zdrowotnych w aspekcie swobodnego przepływu pacjentów w euroregionach*. W 2018 r. uczestniczyłam w konferencji organizowanej przez Fundację Puls-Med Blisko Ciebie w Rybniku skierowanej do osób zajmujących się opieką paliatywną oraz długoterminową. Podczas tej konferencji, dotyczącej potrzeb chorych objętych specjalistyczną opieką paliatywną, wygłosiłam wykład, pt. *„Znaczenie social media marketingu w opiece paliatywnej”*.

## 15. Plany badawcze

Przyszłą działalność naukową wiązę z zainteresowaniami naukowymi, które koncentrować się będą na zarządzaniu w ochronie zdrowia ze szczególnym uwzględnieniem marketingowych działań wspomagających łagodzenie skutków starzenia się populacji. Utrzymujące się trendy demograficzne stanowią jeden z aktualnych priorytetów zdrowia publicznego w Polsce i w Europie. Ze względu na zaistniałą sytuację demograficzną poszukiwane będą wszelkie metody i narzędzia, które mogą w sposób skuteczny wesprzeć prowadzone działania prozdrowotne w tym zakresie. Uzyskane wyniki badań miałyby istotny wymiar użyteczny.