

FORMULARZ DO REKRUTACJI - PROMOTOR I PROMOTOR POMOCNICZY

Promotor naukowy	
Imię i nazwisko promotora oraz członkostwo w centrum/zespole badawczym	Alicja Grochowska, członek zespołu Psychologii Ekonomicznej i Biznesu
Profil naukowy promotora (m.in. link do strony, link do Research Gate i/lub Academia)	https://www.researchgate.net/scientific-contributions/2089749229_Alicja_Grochowska
Krótki opis obszaru badawczego realizowanego przez promotora (kilka zdań pozwalających na zorientowanie się czym się zajmuje) oraz ewentualny link do strony internetowej centrum/zespołu badawczego	<p>Zainteresowania badawcze A. Grochowskiej dotyczą psychologicznych mechanizmów działania reklamy i budowania marki. Między innymi zajmuje się badaniem struktury reklamy i powiązań między jej elementami, spójnością reklam, mechanizmami zniekształcania pamięci reklam, emocjami w reklamie oraz ich znaczeniem w tworzeniu skutecznych przekazów. Interesują ją także poznawcze mechanizmy budowania i promowania marki, jej istotnych właściwości, jej osobowości oraz strategię lokalizowania danej marki wśród konkurencji rynkowej. Rosnące na rynku znaczenie komunikatów spersonalizowanych i coraz bardziej precyzyjne metody personalizacji reklam internetowych to także obszar interesujący dla badań naukowych.</p> <p>http://bw.swps.edu.pl/info/author/IMPORT-PERSON-00000064/Alicja%2BGrochowska?tab=main&lang=pl</p>
Potencjalne obszary tematyczne projektów doktorskich, które promotor byłby w stanie prowadzić lub temat grantu badawczego, w którym promotor mógłby zaangażować doktoranta/ów	<p>Znaczenie kontekstu semantycznego i afektywnego w spostrzeganiu struktury reklamy i w powstawaniu zniekształceń pamięciowych</p> <p>Jakie jest znaczenie cech osobowości konsumenta w przetwarzaniu informacji o reklamie (internetowe komunikaty spersonalizowane)</p>
Proszę podać liczbę doktorantów, które promotor byłby w stanie przyjąć do projektów badawczych	1 osoba

Liczba obecnie prowadzonych doktoratów: - w programie ISD - doktorat z wolnej stopy	1 doktorat w programie ISD 1 doktorat z wolnej stopy
Liczba wypromowanych doktorantów wraz z rokiem ukończenia doktoratu	1 osoba (promotor pomocniczy): 2014
Liczba otwartych przewodów (w starym trybie)	
Liczba aktualnie pracujących w zespole doktorantów	4
REKRUTACJA Kandydaci na doktorantów powinni skontaktować się z wybranymi przez siebie potencjalnymi promotorami naukowymi, którzy są członkami centrów i zespołów badawczych (również nieformalnych).	
Warunki, jakie musi spełnić kandydat na doktoranta w zakresie: - zainteresowań naukowych, - kompetencji badawczych, - dotychczasowych osiągnięć, - znajomości języka angielskiego, - kompetencji społecznych, - dyspozycyjności	- zainteresowania naukowe z obszaru psychologii zachowań konsumenckich - nabyte doświadczenie w zakresie planowania i prowadzenia badań naukowych - czytanie literatury naukowej i pisanie artykułów w języku angielskim - zaangażowanie w tworzenie koncepcji doktoratu i jego realizację
Preferencje i oczekiwania w zakresie współpracy z doktorantem	Systematyczne spotkania i dyskusje
Preferencje w zakresie kontaktu z doktorantem w toku pracy nad doktoratem *	Osobiste spotkania Kontakt mailowy agrochowska@swps.edu.pl
Preferowana forma kontaktu w trakcie rekrutacji: *	Osobiste spotkania

	Kontakt mailowy
Proszę podać daty i godziny w okresie 25 maja– 15 lipca, w których będzie Pan/i mógł/mogła porozmawiać z kandydatami	6-7 czerwca 13-14-15 czerwca 1-2 lipca 12-13 lipca Godzina do ustalenia mailowo.
Informacja o ewentualnej nieobecności (proszę podać daty).	Nieobecność od 26 czerwca do 30 czerwca