

Meno a priezvisko, rodné priezvisko, tituly	DR ZBIGNIEW MARIAN WIDERA
Dátum a miesto narodenia	██████████.1959 Chorzów Poland
Vysokoškolské vzdelanie a ďalší akademický rast	STUPEŇ VYOKOŠKOSKÉHO VZDELNIA (PHD) Politechnika Częstochowska w Częstochowie (2005) STUPEŇ VYOKOŠKOSKÉHO VZDELNIA (MGR) Wydział Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach (1983)
Ďalšie vzdelávanie	POSTGRADUÁLNE ŠTÚDIUM (IES) Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa w Katowicach International Management Studies (2002-2003)
Priebeh zamestnaní	Centrum Innowacji, Transferu Technologii I Rozwoju Fundacja Uniwersytetu Śląskiego – inicjator powstania centrum. Prezes Zarządu President (2006 – doteraz) Urząd Miasta Zawiercie 15.04.2011- 30.06. 2013 Doradca Prezydenta Gminy Zawiercie Poradca prezydenta Wyższa Szkoła Humanitas w Sosnowcu Wýskumník a učitel - odborný asistent (2011 - doteraz) Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji w Bytomiu Wýskumník a učitel - asistent 2007 -2011 Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu. Wýskumník a učitel - asistent 2006 – 2007 Wojewódzki Park Kultury i Wypoczynku S.A. Chorzów Prezes Zarządu President (2001-2002) Unikat 2 Firma Usługowo Handlowo Produkcyjna Katowice 1991 – 2003 Właściciel Zarządu Okręgu Polskiego Związku Wędkarskiego Katowice Dyrektor Biura Riaditeľ úradu 1987 – 1990 Polskie Towarzystwo Filmu Etnograficznego i Socjologicznego Katowice Doradca Poradca 1986 – 1987 Akademicki Biuro Kutury i Sztuki „Alma-art“ Katowice Riaditeľ 1983-1986 Uniwersytet Śląski w Katowicach Specjalista Śpecialista 1980 – 1981

<p>Priebeh pedagogickej činnosti (pracovisko/predmety)</p>	<p>Pracovisko:</p> <p>Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu Filia w Chorzowie Výskumník a učiteľ - asistent (1.10.2006 – 15.02.2007) Inštitút managementu Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji w Bytomiu Katedra ekonomiky, manažérstva a výrobné inžinierstvo (15.02.2007 – 28.02.2011) Výskumník a učiteľ - asistent Vedúci katedry politológie (14.03.2008 –31.08.2010)</p> <p>Wyższa Szkoła Humanitas w Sosnowcu Výskumník a učiteľ - odborný asistent (01.10.2010 r. –) Inštitút managementu a ekonomiky Inštitút žurnalistiky a komunikácie (od 1.10.2013 -)</p>
<p>Odborné alebo umelecké zameranie</p>	<p>Marketing, marketigová komunikácia, žurnalistika, miestna samospráva, politický marketing,public relations.</p>
<p>Publikačná činnosť vrátane rozsahu (autorské hárky) a kategórie evidencie (napr. AAB, podľa vyhlášky MŠVVaŠ SR č. 456/2012 Z.z.)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. monografia 2. učebnica 3. skriptá 	<p>1.monografia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. [AAB] WIDERA, Z.: Marketing w organizacji wyborów samorządowych. Katowice 2006, (ISBN 83-923748-0-0), (104 normostrán). <p>2. učebnica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. [ACB] KLISIŃSKI, J., WIDERA, Z.: <i>Marketing samorządu terytorialnego - aspekty lokalne</i>. Katowice 2006, (ISBN 83-923748-1-9), (208 normostrán). <p>3. skriptá:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. [BCI] ROTT, Z., WIDERA, Z.: DOBRE PRAKTYKI W RZECZNICTWIE PRASOWYM. Kraków-Warszawa 2013, (ISBN: 978-83-7759-012-6), (61 normostrán). 4. [BCI] WIDERA, Z.: Marketing polityczny. Aspekty lokalne. Katowice 2009, (ISBN 978-83-927686-2-3), (76 normostrán).
<p>Ohlasy na vedeckú / umeleckú prácu</p>	<p>Citácie a ohlasy v zahraničných publikáciách:</p> <p>WIDERA, W.: Public Relations in public institutions as a communication tool. In: Marketingova a medialni komunikace dnes, Praha 2013, ISBN 978-80-87800-02-7, c. 2, s. 64.</p> <p>SMOLAREK, M., DZIĘDZIORA, J.: Factors shaping the system of internal communication in public administration. In: Marketingova a medialni komunikace dnes, Praha 2013, ISBN 978-80-87800-02-7, c. 2, s. 8.</p> <p>SMOLAREK, M., DZIĘDZIORA, J.: Factors shaping the system of internal communication in public administration. In: Marketingova a medialni komunikace dnes, Praha 2013, ISBN 978-80-87800-02-7, c. 2, s. 19.</p> <p>WICHURA, J.: Specyfika języka polityki i propagandy w mediach. In: Marketingova a medialni komunikace dnes, Praha 2013, ISBN 978-80-87800-02-7, c. 2, s. 32.</p> <p>WIDERA, W.: Public Relations in public institutions as a communication tool. In: Marketingova a medialni komunikace dnes, Praha 2013, ISBN 978-80-87800-02-7, c. 2, s. 62.</p>

Citácie a ohlasy v domácich publikáciách:

MARTELA, D., ROTT, D., Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne - wybrane problemy i zagrożenia. Oficyna Wydawnicza "Humanitas". Sosnowiec-Trnava 2010, s. 47, przyp. 37

(2 citácie):

Z. Widera, Public relations w samorządzie terytorialnym, w: Rzecznicy prasowi a public relations, red. K. Gajdka, J. Legomska. Katowice 2007

Klisiński, J., Widera, Z., Marketing samorządu terytorialnego. Aspekty lokalne. Katowice, 2006.

KLISIŃSKI, J.. Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej mężczyzn UEFA-EURO 2012 jako wyzwanie dla operatorów stadionów, magistratów miast-gospodarzy i rządów Polski i Ukrainy. W: Marketing sportowy wyzwaniem dla miast i regionów. Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź, 2012. ISSN 1733-2486. S.81-104 (cytowane prace s. 105)

(2 citácie):

Widera, Z.: Marketing podstępny w sporcie na tle ewolucji marketingu. (w) Marketing dla sportu. (pod red) H. Mruk, Wydawnictwo Sport & Business Foundation. Warszawa, 2006.

KLISIŃSKI, J.. EURO 2012 as media and marketing anchor. Added value of the polish national brand. In: Value-based marketing selected problems, scientific Editors: Honorata Howaniec & Wiesław Waszkielewicz, Wydawnictwo Naukowe ATH, Bielsko-Biała. 2013. ISBN 978-83-63713-39-3. s.73-83. cytowanie na str.82.

(1 citácie):

Widera, Z.: Marketing podstępny w sporcie na tle ewolucji marketingu. (w) Marketing dla sportu. (pod red) H. Mruk, Wydawnictwo Sport & Business Foundation. Warszawa, 2006.

KLISIŃSKI, J.. Wpływ organizacji Mistrzostw Europy w piłce nożnej mężczyzn na polską gospodarkę w latach 2008-2020. W: Z wybranych zagadnień metodologii i organizacji kultury fizycznej oraz rehabilitacji i turystyki w Polsce, pod red. Jerzego Dżerenia, Wydawnictwo Szkoły Wyższej im. Pawła Włodkowica, Płock 2011, ISBN 978-83-62709-20-5

(4 citácie):

1. Klisiński, J., Widera, Z., Marketingowe aspekty finansowania sportu i inwestycji sportowych przez podmioty rynku biznesowego w Polsce na tle strategii do roku 2015. In: Teoria i praktyka marketingu w sporcie i biznesie sportowym, pod red. naukową J. Klisińskiego, Wydawnictwo Triada, Będzin, 2008
2. Klisiński, J., Widera, Z., Pozycja strategiczna klubów piłki nożnej Orange Ekstraklasy na Górnym Śląsku i Zagłębiu. In: Marketing w sporcie i turystyce sportowej, pod redakcją naukową J. Klisińskiego, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Administracji, Bytom, 2009
3. Klisiński, J., Widera, Z., Marketing samorządu terytorialnego. Aspekty lokalne. Katowice, 2006.
4. Widera, Z., Marketing podstępny w sporcie na tle ewolucji marketingu. (w) Marketing dla sportu. pod red. H. Mruka, Wydawnictwo S&P Foundation. Warszawa 2006.

KURZAK, A., J. KLISIŃSKI, Merchandising i jego wykorzystanie w organizacjach sportowych. (w) Przedsiębiorstwo usługowe wobec wyzwań XXI wieku (pod red) J. Staszewskiej. Katowice. Unikat 2, 2010

(1 citácie):

Klisiński J, Widera Z, Kapitał globalnych marek sportowych, (w) Finanse i marketing w sporcie, (pod red) J. Klisiński, Prace naukowe 8. Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji, Bytom 2009, ISBN 978-83-62314-6

STASZEWSKA, J.,. Problemy oceny sprawności marketingowej jako kategorii jakościowej (w) Przedsiębiorstwo usługowe wobec wyzwań XXI wieku (pod red) J. Staszewskiej. Katowice. Unikat 2, 2010, ISBN 978-83-62314-6

(1 citácie):

Widera Z, public relations w samorządzie terytorialnym (w) Aktualne zagadnienia sztuki komunikowania w teorii i praktyce, praca zbiorowa (pod red) R. Maćkowskiej i H. Przybylskiego Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2009

KROPELNICKI, K., ŚLIWOWSKI R.,. Marki sportowe w obliczu globalizacji.(w): Kreowanie marki w sporcie. pod red. H. Mruka i M. Chłodnickiego, S & BF, 2008 s.114

(1 citácie):

Widera, Z.: Marketing podstępny w sporcie na tle ewolucji marketingu.(w) Marketing dla sportu. (pod red) H. Mruk, Wydawnictwo Sport &Business Foundation.Warszawa,2006.

KACZMARCZYK,M.,. Public relations szkół wyższych. Model komunikowania się z otoczeniem w demokratycznej przestrzeni publicznej Wydawnictwo Naukowe "Śląsk", Katowice 2013 ISBN: 9788361991700 s. 22

(1 citácie):

„Public relations i marketing we współczesnej gospodarce”, red. M. Kaczmarczyk, Z. Widera, Zakład Wartości Klienta Szkoły Głównej Handlowej, Oficyna Wydawnicza „Humanitas”, Sosnowiec - Warszawa 2012.

WIDAWSKA-STANISZ, A., SOWIER-KASPRZYK

I.:Promocja gminy jako element marketingu terytorialnego(w) ZESZYTY NAUKOWE Instytutu Zarządzania i Marketingu Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie Seria: Pragmata tes Oikonomias 2009, z. III

(1 citácie):

Klisiński J., Widera Z., Marketing samorządu terytorialnego. Aspekty lokalne, Wyd. Unikat 2, Katowice 2006.

GACKOWSKI, (recenzja)T., MARTELA, I., ROTT,D.,.

Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne – wybrane problemy i zagrożenia (w) Studia medioznawcze,MEDIA STUDIES, NR 4.2011. Warszawa.

(1 citácie):

Rzecznictwo prasowe. Teoria, praktyka, konteksty, praca zbiorowa pod red. nauk. K. Gajdki, Z. Widery, Unikat 2, Katowice 2010.

SZYSZKA,M.,.Kształtowanie wizerunku instytucji pomocy społecznej w mediach.Institut Rozwoju Służb Społecznych. Warszawa 2012.

(1 citácie):

Rzecznictwo prasowe. Teoria, Praktyka, Konteksty, red. K. Gajdka, Z. Widera, Wydawnictwo Unikat2, Katowice 2010.

JABŁOŃSKI, S,M.,.

The nature and importance of sports marketing in the age of the current global processes. (w) Zeszyty naukowe Wyższej Szkoły ESZYTY Ekonomiczno- Społecznej w Ostrołęce. NR 7, OSTROŁĘKA, 2009.

(1 citácie):

Widera, Z., Marketing podstępny w sporcie na tle ewolucji

KACZMAREK – ŚLIWIŃSKA, M.,. Piechota, G.;
Priorytety promocji polskich miast na prawach powiatu w
kontekście realizacji działań promocyjnych i wykorzystania
governance w samorządzie
(w) „Marketing i Rynek”, nr 4, Polskie Wydawnictwo
Ekonomiczne, s. 24-31.

(1 citácie):

Klisiński, J., Widera, Z., (2006), Marketing samorządu
terytorialnego. Aspekty lokalne, Wydawnictwo Unikat 2,
Katowice

OTAŁĘGA, Z., Recenzja pracy: Politrozrywka i
popperswazja .Reklama telewizyjna w polskich
kampaniach wyborczych XXI wieku.

Zeszyty prasoznawcze, Kraków, Nr.3-4 ,2000

(1 citácie):

Widera, Z; Marketing w organizacji wyborów
samorządowych, Katowice 2006, s. 12.

TURSKA-KAWA, A.,. Poczucie alienacji jako zmienna
różnicująca zachowania wyborcze obywateli w wyborach
do Sejmu 20011 roku.

(w) Preferencje polityczne. Postawy-identyfikacje-
zachowania.

3/2012, CITTFRUŚ, Katowice, 2012, ISBN 978-83-62314-
60-7

<http://www.badania->

[elektoratu.us.edu.pl/images/raport_2012.pdf](http://www.badania-elektoratu.us.edu.pl/images/raport_2012.pdf)

(2 citácie)::

Klisiński J., Widera Z. (2003), Nowe wyzwania
marketingowe w wyborach samorządowych
bezpośrednich na prezydenta miasta w 2002 r. [w:]
Zeszyty Naukowe WSZ, Częstochowa nr 2/22 2003 r.

Klisiński J., Widera Z. (2006), Marketing samorządu
terytorialnego – aspekty
lokalne, Katowice: Unikat 2

WOJTASIK, W.,. Sukces Ruchu Palikota w świetle
czynn timer mozliwego sukcesu politycznego.

(w) Preferencje polityczne. Postawy-identyfikacje-
zachowania.

3/2012, CITTFRUŚ, Katowice, 2012, ISBN 978-83-62314-
60-7

<http://www.badania->

[elektoratu.us.edu.pl/images/raport_2012.pdf](http://www.badania-elektoratu.us.edu.pl/images/raport_2012.pdf)

(2 citácie):

Widera Z., Zarządzanie marketingiem w trakcie kampanii
wyborczej

w wyborach samorządowych [w:] Funkcjonowanie i rozwój
organizacji w zmiennym otoczeniu III część pierwsza,
Legnica: Wydawnictwo Wyższej Szkoły
Menadżerskiej,2003.

Widera Z., PR w marketingu wyborczym [w:] H. Przybylski
(red.), Pubic

Relations. Teoria i praktyka komunikowania, Katowice:
Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach,
2007.

Počet doktorandov: školených
ukončených
(neplatí pre habilitačné konanie)

Kontaktná adresa

40-532 Katowice. Ul. Dzięciołów 9
zbigniew@widera.pl tel. +48 513 189 375