

Publikacje punktowane kryteriami Ustawy 2.0 dla dr Szwajlik Anna

Punktacja udziału jednostkowego zgodna z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie ewaluacji jakości działalności naukowej, z późniejszymi zmianami.

Impact Factor podawany jest wg stanu na rok 2019, niezależnie od rzeczywistego roku wydania publikacji (Impact Factor nie jest uwzględniany w Rozporządzeniu w sprawie ewaluacji).

Rok	Liczba publikacji	Wskaźnik IF	Całkowita punktacja publikacji wg MNiSW	Punktacja udziału jednostkowego
2017	6	0,000	76	65,0000
2018	7	0,000	64	58,5000
2019	1	0,000	5	5,0000
2020	4	0,000	180	93,3333
2021	2	0,000	140	140,0000
2022	0	0,000	0	0,0000
2023	1	0,000	140	140,0000
2024	0	0,000	0	0,0000
2017 - 2024	21	0,000	605	501,8333

Szczegółowy opis publikacji

Rok	IF	Dysc.	Pc	k	m	P	U	Pu	Opis	Publikacja
2017		5.6	9	1	1	9,00	1,0000	9,0000	Art.	Rozwój innowacji produktowych : rola konsumenta / Anna Szwajlik. // Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania / Uniwersytet Szczeciński. 2017, nr 48/3, s.61-73 DOI: 10.18276/sip.2017.48/3-05
2017		5.6	20	1	1	20,00	1,0000	20,0000	aut. roz.	Segmentacja i pozycjonowanie usług logistycznych / Anna Szwajlik. - // W: Marketing usług logistycznych / redakcja naukowa Grażyna Rosa, Mariusz Jedliński, Urszula Chraćol-Barczyk ; [autorzy Urszula Chraćol-Barczyk, Izabela Dembińska, Leszek Gracz, Mariusz Jedliński, Agnieszka Matuszczak, Izabela Ostrowska, Józef Perenc, Kamila Peszko, Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec, Monika Spychalska-Wojtkiewicz, Anna Szwajlik, Blanka Tundys]. - Warszawa : Wydawnictwo C. H. Beck, 2017
2017		5.6	5	1	1	5,00	1,0000	5,0000	aut. roz.	The importance of the consumer and cooperation models in the process of innovation creation / Anna Szwajlik. - // W: Modern processes of economic development economics and law / editors Irena Figurska, Ellena Shevtscova, Aneta Sokół. - Aachen : 2017 : Shaker Verlag GmbH, 2017
2017		5.6	13	1	2	6,50	0,5000	6,5000	Art.	The use of consumer voice in the process of service innovation creation / Anna Szwajlik, Leszek Gracz. // European Journal of Service Management. 2017, Vol. 21 1, s.59-66 DOI: 10.18276/ejsm.2017.21-08

2017		5.6	9	2	2	9,00	0,5000	4,5000	Art.	Włączenie konsumentów w proces rozwoju innowacji produktowych przy wykorzystaniu mediów społecznościowych / Anna Sz wajlik, Kamila Słupińska (Peszko). // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu. 2017, nr 1 (47), s.363-372
2017		5.6	20	1	1	20,00	1,0000	20,0000	aut. roz.	Zmiany w procesie rozwoju innowacji produktowych w aspekcie zaangażowania konsumenta na przykładzie systemu Stage Gate / Anna Sz wajlik. - // W: Mikro i makro aspekty gospodarowania / red. nauk. Katarzyna Włodarczyk. - Szczecin : volumina.pl Daniel Krzanowski, 2017
2017	0,000		76					65,0000	6 publikacji	
2018		5.6	13	1	1	13,00	1,0000	13,0000	Art.	Characteristic and typology of crowd motivators to crowdsourcing platform contribution / Anna Sz wajlik. // European Journal of Service Management. 2018, vol. 27/2 no. 3, s.445-451 DOI: 10.18276/ejsm.2018.27/2-54
2018		5.6	13	1	1	13,00	1,0000	13,0000	Art.	Crowdsourcing as a challenge for advertising agencies in the creative service market / Anna Sz wajlik. // European Journal of Service Management. 2018, vol. 26 2, s.257-263 DOI: 10.18276/ejsm.2018.26-32
2018		5.6	1	2	2	1,00	0,5000	0,5000	Art.	Developing activities in social media and their functions illustrated with an example of companies from the ICT sector / Kamila Słupińska, Anna Sz wajlik. // Journal of Emerging Trends in Marketing and Management. 2018, vol. 1 no. 1, s.69-78
2018		5.6	10	2	2	10,00	0,5000	5,0000	Art.	Jakościowe metody badawcze w procesie rozwoju innowacji produktowej a możliwości wykorzystania mediów społecznościowych / Kamila Słupińska (Peszko), Anna Sz wajlik. // Studia Oeconomica Posnaniensia. 2018, vol. 6 no. 5, s.90-103 DOI: 10.18559/SOEP.2018.5.7
2018		5.6	13	1	1	13,00	1,0000	13,0000	Art.	Selected areas and methods of applying the concept of working consumer at a company / Anna Sz wajlik. // European Journal of Service Management. 2018, vol. 25 1, s.311-317 DOI: 10.18276/ejsm.2018.25-38
2018		5.6	13	1	1	13,00	1,0000	13,0000	Art.	The use of social media in employer branding in the light of the research on the ICT sector enterprises / Anna Sz wajlik. // European Journal of Service Management. 2018, vol. 28/2 no. 4, s.493-498 DOI: 10.18276/ejsm.2018.28/2-59
2018		5.6	1	1	1	1,00	1,0000	1,0000	Art.	Value of crowdsourcing in the development process of product innovations / Anna Sz wajlik. // Scientific Journal of the Military University of Land Forces. 2018, vol. 50 no. 4 (190), s.171-183 DOI: 10.5604/01.3001.0013.0732
2018	0,000		64					58,5000	7 publikacji	
2019		5.6	5	1	1	5,00	1,0000	5,0000	Art.	Consumer behaviour of "Young Adults" as a determinant of the development of product innovation / Anna Sz wajlik. // Journal of Emerging Trends in Marketing and Management. 2019, vol. no 1, s.63-71
2019	0,000		5					5,0000	1 publikacja	
2020		5.6	20	1	1	20,00	1,0000	20,0000	Art.	Crowdsourcing platforms as virtual organizations : implications for contributors / Anna Sz wajlik. // Scientific Journal of the Military University of Land Forces. 2020, Vol. 52 No.1(195), s.200-208 DOI: 10.5604/01.3001.0014.0274
2020		5.6	100	3	3	100,00	0,3333	33,3333	Art.	Employee engagement level in ICT organizations as a barrier to the use of social media functions / Kamila Słupińska, Anna Sz wajlik, Urszula Chrać hol-Barczyk. // European Research Studies Journal. 2020, vol. 23 special issue 2, s.362-375 DOI: 10.35808/ersj/1829

2020		5.6	20	1	1	20,00	1,0000	20,0000	aut. roz.	Korzyści oraz bariery wykorzystania mediów społecznościowych w procesie rozwoju nowego produktu na przykładzie przedsiębiorstw sektora ICT / Anna Sz wajlik. - // W: Rewolucja 4.0 : nowe technologie w marketingu / redakcja naukowa Magdalena Kowalska, Anna Sz wajlik ; [autorzy Marta Brzozowska, Danuta Janczewska, Katarzyna Kolasińska-Morawska, Agnieszka Dejnaka, Marcin Gębarowski, Magdalena Grębosz-Krawczyk, Marzena Lemanowicz, Anna Łaszkiewicz, Bartosz Mazurkiewicz, Jolanta Mazur, Piotr Zaborek, Mirosław Pacut, Katarzyna Sanak-Kosmowska, Anna Sz wajlik, Joanna Wyrwisz]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2020
2020		5.6	40	2	2	40,00	0,5000	20,0000	Red. mon.	Rewolucja 4.0 : nowe technologie w marketingu / redakcja naukowa Magdalena Kowalska, Anna Sz wajlik ; [autorzy Marta Brzozowska, Danuta Janczewska, Katarzyna Kolasińska-Morawska, Agnieszka Dejnaka, Marcin Gębarowski, Magdalena Grębosz-Krawczyk, Marzena Lemanowicz, Anna Łaszkiewicz, Bartosz Mazurkiewicz, Jolanta Mazur, Piotr Zaborek, Mirosław Pacut, Katarzyna Sanak-Kosmowska, Anna Sz wajlik, Joanna Wyrwisz]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2020
2020	0,000		180					93,3333	4 publikacje	
2021		5.6	70	1	1	70,00	1,0000	70,0000	Art., konferencja z listy	Identification and verification of the key methodology elements of measuring digital competences of ICT companies' customers / Anna Sz wajlik. // Procedia Computer Science. 2021, Vol. 192, s.3848-3855 DOI: 10.1016/j.procs.2021.09.159
2021		5.6	70	1	1	70,00	1,0000	70,0000	aut. roz., konferencja z listy	The importance of the relation between knowledge sources frequency use and the level of customer knowledge utilisation in the ICT sector new product development process / Anna Sz wajlik. - // W: Innovation management and information technology impact on global economy in the era of pandemic : proceedings of the 37th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 30-31 May 2021, Cordoba, Spain / editor Khalid S. Soliman.. - King of Prussia : International Business Information Management Association, 2021
2021	0,000		140					140,0000	2 publikacje	
2022	0,000		0					0,0000	0 publikacje	
2023		5.6	140	1	1	140,00	1,0000	140,0000	Art.	IT software purchase decisions in terms of business customer experience / Anna Sz wajlik. // Human Technology. 2023, , s.207-219 DOI: 10.14254/1795-6889.2023.19-2.4
2023	0,000		140					140,0000	1 publikacja	
2024	0,000		0					0,0000	0 publikacje	