

mgr Paweł Krasa

JEDNOSTKA:

Katedra Psychologii

FUNKCJE NA UCZELNI:

asystent

KONTAKT:

ul. Malczewskiego 20A, pokój 605; e-mail: p.krasa@urad.edu.pl

ZAINTERESOWANIA NAUKOWE:

- psychologia zachowań konsumenckich
- statystyka, psychometria, metodologia nauk społecznych

WYBRANE PUBLIKACJE:

- Krasa P., Gorbaniuk O., Kolańska-Stronka, M., Czarnecka K., Czyż, K., Karski, T., Krajewska, A, Pamuła, P., Synowiec, D., (2023). The impact of self-esteem on the perceived brand added value to self-image. Polish Psychological Bulletin, 2(54).
- Gorbaniuk, O., Wilczewski, M., Kolańska, M., Krasa, P. (2021). The three-component dimension-based model of self-brand user image congruence. Journal of Strategic Marketing, 1-35. DOI: 10.1080/0965254X.2021.1897865
- Gorbaniuk, O., Wilczewski, M., Krasa, P. (2020). The domain adjustment problem in the context of product brands: does user-imagery allow a human-to-human comparison? Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools, 2, 99-108. DOI: 10.33531/farplss.2020.2.18

ORCID:

0000-0001-8153-0318