

Prezes

Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu

ogłasza IV Ogólnopolski konkurs na najlepszą pracę magisterską / licencjacką

z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji

I. Cele konkursu

Celem organizowanego konkursu jest:

1. Popularyzacja problematyki marketingu, handlu lub konsumpcji w środowisku akademickim jako zagadnień kluczowych dla rozwoju konkurencyjności przedsiębiorstw i polskiej gospodarki.
2. Zachęcanie studentów do podejmowania i zgłębiania problematyki związanej z przedmiotem niniejszego konkursu.
3. Integracja środowiska marketingowego wśród osób kończących studia ekonomiczne i rozpoczynających swoją karierę zawodową.

II. Organizator konkursu

Organizatorem konkursu jest Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu z siedzibą w Poznaniu.

III. Warunki udziału w konkursie

1. W konkursie mogą brać udział absolwenci pierwszego i drugiego stopnia studiów, którzy przygotowali swoją pracę dyplomową z zakresu marketingu, handlu lub konsumpcji oraz w 2018 roku pomyślnie zdali egzamin dyplomowy.
2. Konkurs ma zasięg ogólnopolski, mogą wziąć w nim udział absolwenci uczelni publicznych jak i niepublicznych.
3. Na konkurs mogą być zgłaszane prace napisane w języku polskim lub angielskim.
4. Prace konkursowe będą oceniane w dwóch odrębnych kategoriach: prace licencjackie i prace magisterskie.

IV. Wymagania formalne

1. Przystępując do konkursu należy złożyć następujące dokumenty:

- a. Formularz zgłoszeniowy. Wzór formularza do pobrania na stronie www.pntm.pl,
 - b. Jeden egzemplarz pracy dyplomowej w wersji drukowanej,
 - c. Pracę dyplomową w wersji elektronicznej (płyta CD) zapisaną w programie pdf,
 - d. Kopie recenzji pracy dyplomowej,
2. Tematyka przesłanej na konkurs pracy dyplomowej musi mieścić się w jednym z trzech obszarów, tj.: marketingu, handlu lub konsumpcji.
 3. Przesłana na konkurs praca dyplomowa musi spełniać wymóg oryginalności i stanowić indywidualne rozwiązanie podjętego problemu. Nie może naruszać praw autorskich i praw wynalazczych lub dóbr osobistych osób trzecich.
 4. Prace nie spełniające wymogów formalnych nie będą oceniane.

V. Czas trwania konkursu

1. Prace konkursowe w wersji drukowanej i elektronicznej należy przesyłać na adres Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu, ul. Powstańców Wlkp. 16, 61-895 Poznań i na adres kontakt@pntm.pl do 31.10.2018 roku.
2. Wyniki konkursu zostaną ogłoszone 15 grudnia 2018 roku na stronie internetowej Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu www.pntm.pl

VI. Kryteria oceny prac konkursowych

Zgłoszone na konkurs prace będą oceniane według następujących kryteriów:

- a. Oryginalność i innowacyjność podjętego problemu – max 30 pkt.
- b. Zawartość merytoryczna i zastosowana metodyka – max. 40 pkt.
- c. Zakres wykorzystanych źródeł pierwotnych i wtórnych – max 20 pkt.
- d. Strona formalna opracowania – max 10 pkt.

VII. Komisja konkursowa

1. Komisja konkursowa składa się z przewodniczącego i trzech członków.
2. Komisję konkursową wyznacza Prezes Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu, spośród członków Stowarzyszenia.
3. Decyzja komisji konkursowej jest ostateczna.

VIII. Nagrody

1. W konkursie przewidziano, w każdej z dwóch kategorii prac, jedną nagrodę główną i dwa wyróżnienia.

2. Zwycięzca konkursu w kategorii najlepsza praca magisterska otrzyma nagrodę finansową w wysokości 800 pln.
3. Zwycięzca konkursu w kategorii najlepsza praca licencjacka otrzyma nagrodę finansową w wysokości 400 pln.
4. Autorzy prac wyróżnionych otrzymają dyplomy zaświadczające o zajętym miejscu w konkursie.
5. W konkursie przewidziano także dyplomy dla promotorów nagrodzonych prac.

IX. Postanowienia końcowe

1. Praca dyplomowa, która została oceniona przez komisję konkursową nie może brać udziału w kolejnych edycjach konkursu.
2. Uczestnik konkursu po jego rozstrzygnięciu zachowuje prawa autorskie do zgłoszonej na konkurs pracy dyplomowej.