

Prezes
Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu

ogłasza

V 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 2019 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. Podpisany i zeskanowany formularz zgłoszeniowy. Wzór formularza do pobrania na stronie www.pntm.pl
 - b. Dwa egzemplarze pracy dyplomowej w wersji elektronicznej (pdf):
 - jeden z pełną wersją strony tytułowej
 - jeden ze stroną tytułową bez nazwisk Autora i Promotora
 - c. Kopie recenzji pracy dyplomowej (recenzje przygotowane przez Promotora i Recenzenta).
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 elektronicznej należy przesyłać na adres kontakt@pntm.pl do 31 października 2019 roku.
2. Wyniki konkursu zostaną ogłoszone 15 grudnia 2019 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. Komisje konkursowe

1. Prezes Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu, spośród członków Stowarzyszenia wyznacza dwie Komisje konkursowe: po jednej dla każdej kategorii prac oraz ich Przewodniczących, którzy kierują pracami Komisji.
2. W oparciu o średnią z dwóch ocen uzyskanych w procesie ślepego recenzowania, sporządzany jest ranking prac, na podstawie którego Komisja wyznacza zwycięzców konkursu.
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 zajętych miejscach w konkursie.
5. W konkursie przewidziano także dyplomy dla promotorów nagrodzonych prac.

IX. Postanowienia końcowe

1. Uczestnik konkursu po jego rozstrzygnięciu zachowuje prawa autorskie do zgłoszonej na konkurs pracy dyplomowej.