

**Regulamin konkursu
im. prof. Teresy Taranko
na najlepszą pracę doktorską
z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji**

I. Cele konkursu

Celem organizowanego konkursu jest:

1. Popularyzacja problematyki marketingu, handlu i konsumpcji w polskim środowisku akademickim jako ważnych obszarów nauki
2. Promocja oraz budowanie pozytywnego wizerunku młodych naukowców - autorów najlepszych prac doktorskich - w środowisku akademickim.
3. Zachęcanie młodych naukowców, kandydatów do uzyskania stopnia naukowego doktora do podejmowania oraz zgłębiania problematyki związanej z działalnością marketingową podmiotów gospodarczych i zachowaniami nabywców.

II. Organizator konkursu

Organizatorem konkursu jest Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu z siedzibą w Poznaniu, reprezentujące krajowe środowisko naukowe przedstawicieli zajmujących się marketingiem, handlem i konsumpcją.

III. Warunki udziału w konkursie

1. W konkursie mogą wziąć udział osoby, które przygotowały i pomyślnie obroniły rozprawę doktorską, której problematyka koncentruje się na jednym z trzech wyżej wymienionych obszarów tj.: marketingu, handlu lub konsumpcji.
2. Do konkursu mogą być zgłaszane prace doktorskie, które zostały obronione w latach 2020-2022.
3. Konkurs ma zasięg ogólnopolski, mogą wziąć w nim udział osoby, które otrzymały stopień naukowy doktora na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zarówno w uczelniach publicznych, jak i niepublicznych.
4. Do konkursu mogą być zgłaszane prace napisane w języku polskim lub angielskim.
5. Do konkursu mogą być zgłaszane wyłącznie prace, które otrzymały pozytywne recenzje.

6. Przystąpienie do konkursu jest równoznaczne z akceptacją jego warunków określonych niniejszym regulaminem. Wykładnia i interpretacja regulaminu należy do organizatora.
7. Administratorem danych osobowych uczestników konkursu jest organizator. Dane osobowe zawarte w zgłoszeniach są przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO, tj. przetwarzanie jest niezbędne do wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na administratorze. Przystąpienie do konkursu jest jednoznaczne z wyrażeniem zgody na przetwarzanie danych osobowych w celu prowadzenia procedur konkursowych.

IV. Wymagania formalne

1. Przystępując do konkursu należy złożyć w formie elektronicznej (PDF) następujące dokumenty:
 - a. Czytelnie podpisany i zeskanowany formularz zgłoszeniowy. Wzór formularza do pobrania znajduje się na stronie internetowej organizatora: www.pntm.pl
 - b. Dwa egzemplarze rozprawy doktorskiej:
 - jeden z kompletną treścią zawartą zwyczajowo na stronie tytułowej,
 - jeden ze stroną tytułową zawierającą tylko tytuł pracy oraz rok jej złożenia. Jeśli na stronach kolejnych znajdują się podziękowania lub inne treści mogące wskazywać, kto jest autorem lub promotorem pracy, należy je usunąć.
 - c. Komplet recenzji pracy doktorskiej.
 - d. Skan dyplomu uzyskania stopnia naukowego doktora lub zaświadczenie z uczelni, w której odbyła się obrona o uzyskaniu stopnia doktora.
2. Wszystkie ww. dokumenty należy przesyłać w jednym mailu na adres kontakt@pntm.pl do 15 marca 2023 roku.
3. Przesłana na konkurs praca doktorska nie może naruszać praw autorskich i praw wynalazczych lub dóbr osobistych osób trzecich.
4. Prace niespełniające wymogów formalnych konkursu nie będą oceniane. O fakcie tym uczestnicy zostaną powiadomieni na wskazany w formularzu adres mailowy.

V. Kryteria oceny prac konkursowych

Prace doktorskie zgłoszone na konkurs będą oceniane według następujących kryteriów:

1. oryginalność i innowacyjność podjętego problemu naukowego, w tym sformułowanie celów, hipotez i problemów badawczych – maks. 20 pkt.
2. różnorodność i adekwatność zastosowanych metod badawczych – maks. 25 pkt.
3. prezentacja wyników badań oraz umiejętność formułowania wniosków – maks. 25 pkt.
4. znaczenie wyników badań dla rozwoju nauki i praktyki gospodarczej – maks. 15 pkt.

5. zakres wykorzystanych źródeł pierwotnych i wtórnych, w tym trafność i aktualność przywoływanej literatury – maks. 10 pkt.
6. strona formalna rozprawy doktorskiej – maks. 5 pkt.

VI. Komisja Konkursowa

1. Prezes Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu wyznacza spośród członków Towarzystwa posiadających co najmniej stopień naukowy doktora habilitowanego Komisję Konkursową, w tym przewodniczącą. Uczestnicy konkursu nie otrzymują informacji o składzie Komisji Konkursowej.
2. Każda, zgłoszona do konkursu praca doktorska jest poddawana ocenie przez dwóch członków Komisji Konkursowej w procesie ślepej recenzji.
3. W oparciu o średnią z dwóch ocen sporządzany jest ranking prac, na podstawie którego zostanie wyłoniony zwycięzca oraz dwóch laureatów, którzy zajęli drugie i trzecie miejsce.
4. W przypadku, gdy żadna z prac doktorskich zgłoszonych na konkurs nie uzyska minimum 60 punktów (średnia ocen), konkurs zostaje uznany za nierozstrzygnięty.
5. Decyzja Komisji Konkursowej jest ostateczna.

VII. Ogłoszenie wyników i nagrody

1. Wyniki konkursu zostaną ogłoszone nie później niż 15 lipca 2023 roku na stronie internetowej organizatora: www.pntm.pl
2. Zwycięzca konkursu otrzymuje następujące nagrody:
 - a. statuetka *Excellent Doctoral Thesis of Marketing*
 - b. prezentacja sylwetki zwycięzcy konkursu na stronie internetowej Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu
 - c. pokrycie kosztów publikacji przygotowanego na bazie dysertacji artykułu w jednym ze wskazanych przez organizatora konkursu czasopism naukowych, Odpowiedzialność za przygotowanie artykułu zgodnie z wymaganiami wydawnictwa spoczywa na Autorze artykułu. Artykuł musi być przygotowany najpóźniej 6 miesięcy po ogłoszeniu wyników konkursu.
 - d. publikacja rozprawy doktorskiej na stronie internetowej Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu.
 - e. członkostwo w Polskim Naukowym Towarzystwie Marketingu wraz ze zwolnieniem z obowiązku uiszczania składek członkowskich przez 5 kolejnych lat.
 - f. dyplom zaświadczący o miejscu zajęty w konkursie.
3. Laureaci konkursu, którzy zajęli drugie i trzecie miejsce otrzymają następujące nagrody:
 - a. dyplom zaświadczący o miejscu zajęty w konkursie

- b. prezentacja sylwetki laureata konkursu na stronie internetowej Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu
- c. publikacja autoreferatu rozprawy na stronie internetowej Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu

VIII. Postanowienia końcowe

1. Każdy uczestnik konkursu w trakcie jego trwania oraz po zakończeniu zachowuje prawa autorskie do zgłoszonej na konkurs pracy doktorskiej.
2. Dokumentacja składana na konkurs nie podlega zwrotowi.
3. W sprawach nieuregulowanych w niniejszym regulaminie decyzje podejmuje organizator konkursu. Decyzja organizatora jest ostateczna.