

Prezes
Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu
ogłasza
XI ogólnopolski konkurs im. prof. Romana Głowackiego
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.
1. Zachęcanie studentów do podejmowania i zgłębiania problematyki związanej z przedmiotem niniejszego konkursu.
2. 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. Partnerem konkursu jest Fundacja Centrum Kształcenia Menedżerów z siedzibą w Warszawie.

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 2025 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.

5. Przystąpienie do konkursu jest równoznaczne z akceptacją jego warunków określonych niniejszym regulaminem. Wykładnia i interpretacja regulaminu należy do Organizatora.

6. Administratorem danych osobowych uczestników konkursu jest organizator. Dane osobowe zawarte w zgłoszeniach są przetwarzane na podstawie art.6 ust.1lit.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 następujące dokumenty:

- a) Podpisany i zeskanowany formularz zgłoszeniowy. Wzór formularza do pobrania na stronie
- b) Dwa egzemplarze pracy dyplomowej w wersji elektronicznej (pdf):
 - a. jeden z pełną wersją strony tytułowej
 - b. jeden ze stroną tytułową bez nazwisk Autora i Promotora; nazwa tego pliku powinna być tytułem pracy; w całym pliku nie może być żadnych informacji, które umożliwiłyby identyfikację Autora, Promotora lub Recenzenta
- 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 niespełniające 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 2025 roku.
2. Wyniki konkursu zostaną ogłoszone 15 grudnia 2025 roku na stronie internetowej Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu www.pntm.pl oraz na stronie internetowej Partnera konkursu – Fundacji Centrum Kształcenia Menedżerów.

VI. Kryteria oceny prac konkursowych

Zgłoszone na konkurs prace będą oceniane według następujących kryteriów:

1. Oryginalność i innowacyjność podjętego problemu – max 30 pkt.
2. Zawartość merytoryczna i zastosowana metodyka – max 40 pkt.
3. Zakres wykorzystanych źródeł pierwotnych i wtórnych – max 20 pkt.
4. Strona formalna opracowania – max 10 pkt.

VII. Komisje konkursowe

1. Prezes Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu, spośród członków Towarzystwa 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 2000 PLN.
3. Zwycięzca konkursu w kategorii najlepsza praca licencjacka otrzyma nagrodę finansową w wysokości 1000 PLN.
4. Autorzy prac wyróżnionych otrzymają dyplomy zaświadczające o zajętych miejscach w konkursie.

5. W konkursie przewidziano także dyplomy dla promotorów nagrodzonych prac.
6. Na stronach internetowych Organizatora i Partnera konkursu, oprócz wyników zostaną umieszczone krótkie notki biograficzne o laureatach wraz ze streszczeniem prac w języku polskim i angielskim.
7. Warunkiem przekazania nagród, o których mowa w pkt. 2-3 jest przygotowanie i przesłanie przez laureatów na adres kontakt@pntm.pl not biograficznych i streszczeń swoich prac w terminie 3 tygodni od daty ogłoszenia wyników.

IX. Postanowienia końcowe

1. Uczestnik konkursu po jego rozstrzygnięciu zachowuje prawa autorskie do zgłoszonej na konkurs pracy dyplomowej.
2. Dokumentacja składana na konkurs nie podlega zwrotowi.
3. W sprawach nieuregulowanych w niniejszym regulaminie decyzje podejmuje organizator konkursu. Decyzja organizatora jest ostateczna.