

ZAMIEŃ SZARE NA ŻŁOTE!

15 lutego 2005 roku rozpoczął się **Konkurs Szarych Komórek** czyli Drugi Ogólnopolski Konkurs na Najlepsze Studenckie Badanie z Psychologii Ekonomicznej. Organizatorem jest Akademickie Stowarzyszenie Psychologii Ekonomicznej TONUS.

Psychologia ekonomiczna, której dotyczy konkurs, zajmuje się badaniem różnych zachowań ekonomicznych ludzi – przede wszystkim na szczeblu jednostek i gospodarstw domowych, ale do pewnego stopnia nawet na szczeblu makroekonomicznym. Obejmuje, więc bardzo szeroki obszar zachowań. Zaczynając od przedsiębiorczości i inwestowania, poprzez marketing, reklamę, zachowania konsumenckie, dalej oszczędzanie, płacenie podatków, ubezpieczenia a nawet hazard itd.

Celem konkursu jest popularyzacja ambitnych badań w środowisku akademickim oraz ułatwienie dostępu do nich praktykom, którzy będą mogli wykorzystać je, na co dzień.

Autorami prac mogą być studenci różnych kierunków, można zgłaszać: prace semestralne, roczne, licencjackie, magisterskie oraz badania przeprowadzone specjalnie na konkurs. Dla zwycięzców ufundowano wyróżnienia i nagrody o łącznej wartości 20 000 zł.

Autorzy mogą tworzyć zespoły, do 4 osób w zespole. Członkowie zespołów mogą być studentami różnych lat, kierunków, a nawet innych uczelni. Każda praca musi posiadać opiekuna naukowego.

Prace oceniać będzie Kapituła złożona z wybitnych polskich naukowców pod przewodnictwem profesora Tadeusza Tyszki.

- W dobie przekraczania tradycyjnych granic dyscyplin naukowych, psychologia ekonomiczna staje się jednym z fundamentów nowoczesnej ekonomii – to opinia Leszka Balcerowicza, prezesa Narodowego Banku Polskiego, który obok Bussines Centre Club i objął Patronat Honorowy nad projektem.

Partnerami Merytorycznymi są: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, Centrum Ekonomii Eksperymentalnej oraz Fundacja Edukacji Rynku Kapitałowego

Przedsięwzięcie wsparty finansowo: Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu, agencja reklamowa Human Ad oraz firmy badawcze: 4P research mix i SMG/KRC Millward Brown Company.

Patronami Medialnymi są: Świat Nauki, Forum Akademickie, Charaktery, wortal mediarun.pl, Businessman Magazine, magazyn Brief oraz dziennik Puls Biznesu.

Termin nadsyłania prac 30 czerwca 2005 roku

Regulamin i szczegółowe informacje: www.tonus.org.pl