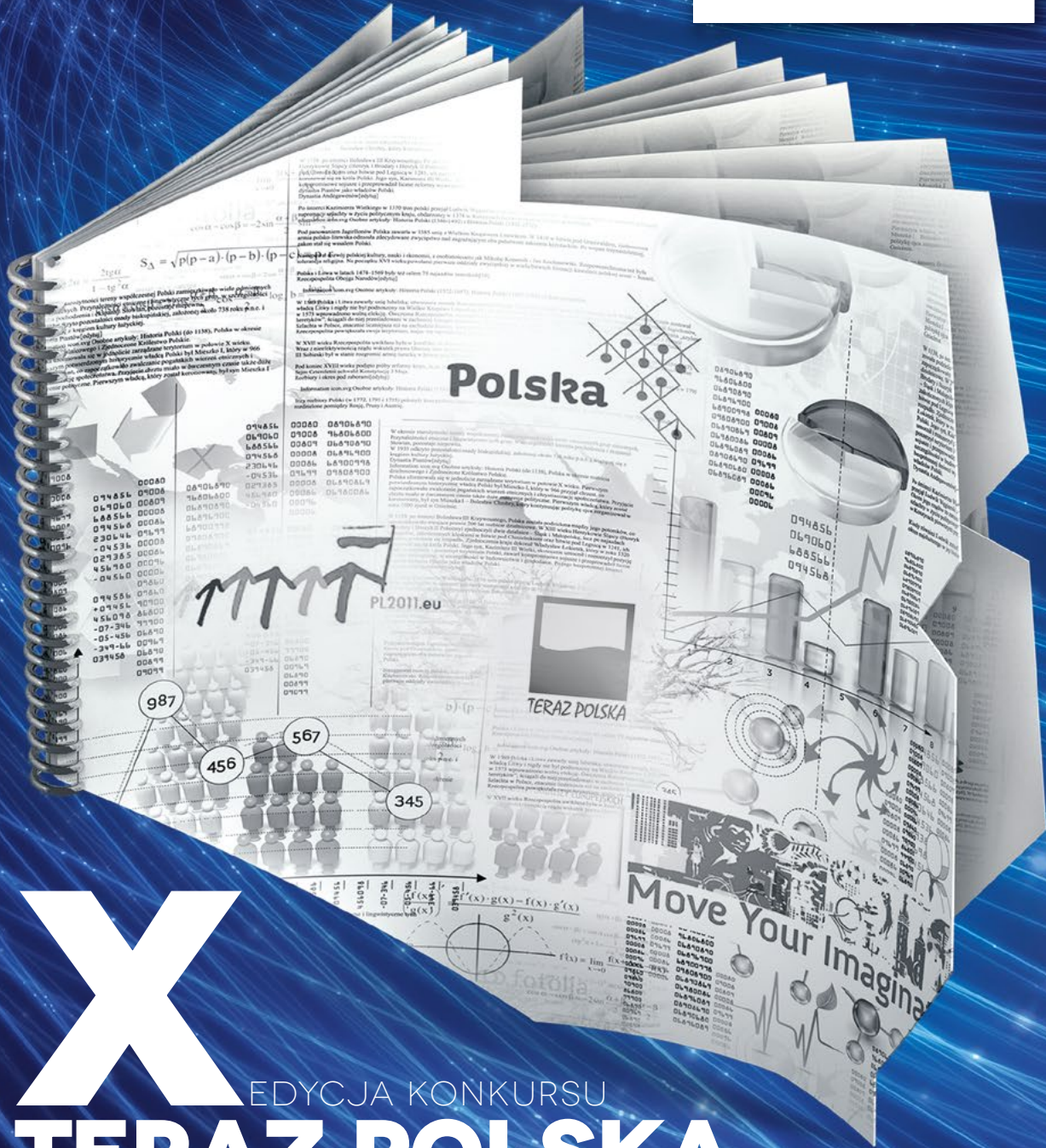




**TERAZ POLSKA  
PROMOCJA  
I ROZWÓJ**  
konkurs prac magisterskich

2016



**X**

EDYCJA KONKURSU

# TERAZ POLSKA PROMOCJA I ROZWÓJ

NA NAJLEPSZĄ PRACĘ MAGISTERSKĄ  
DOTYCZĄCĄ KONKURENCYJNOŚCI,  
INNOWACYJNOŚCI I PROMOCJI POLSKI



## Młodzi piszą o Polsce

**K**onkurs „Teraz Polska Promocja i Rozwój” to bez wątpienia jeden z najlepiej rozpoznawalnych konkursów prac magisterskich w Polsce. W tym roku odbyła się jego dziesiąta, jubileuszowa edycja, a tematyka dotyczyła nie tylko promocji kraju, ale także konkurencyjności i innowacyjności polskiej gospodarki. Oczekiwaliśmy na prace, których wspólnym mianownikiem jest promocja Polski – od tej opartej na wizerunku, przez budowę marki narodowej, promocję eksportu, inwestycji zagranicznych, kultury, sportu, turystyki i nauki, aż po zagadnienia związane z finansowaniem przedsięwzięć, projektami lokalnymi, branżowymi itd.

Konkurs powstał w 2007 r. pod patronatem Ministerstwa Gospodarki, z inicjatywy Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”, Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA oraz Uniwersytetu Warszawskiego. Pierwsze jego edycje poświęcone były wyłącznie promocji polskiej gospodarki za granicą. Idea popularyzacji tematyki marketingu narodowego na niwie naukowej i praktycznej, a przy okazji animowania debaty na temat polskiej marki narodowej, trafiła na bardzo podatny grunt, wywołując zaangażowanie szeregu instytucji publicznych i prywatnych. Dziś, o czym piszę z wielką dumą, Konkurs współtworzy 30 instytucji – ministerstwa, agencje rządowe, uczelnie wyższe, przedsiębiorstwa i media – które występują w roli współorga-

nizatorów, partnerów i patronów. Dziesięć lat historii Konkursu to prawie 700 nadesłanych prac magisterskich z kilkudziesięciu uczelni publicznych i niepublicznych z całej Polski, tysiące godzin prac recenzentów, tysiące publikacji medialnych o wymiernym efekcie popularyzatorskim, a także kilka publikacji naukowych – książek i e-booków upowszechniających dorobek laureatów Konkursu. Najważniejszą wartością jest jednak to, że wyłoniono i nagrodzono prawie 100 absolwentów szkół wyższych o wysokim potencjale intelektualnym, których praca i dorobek stanowią ważny wkład w rozwój wiedzy na temat współczesnej Polski.

Do tegorocznej edycji Konkursu „Teraz Polska Promocja i Rozwój” zgłoszono 69 prac magisterskich. Nagrody i wyróżnienia wręczono 11 laureatom. Gratuluję im pasji i wytrwałości w podejmowaniu nietrywialnych badań z zakresu konkurencyjności, innowacyjności i promocji naszego kraju. Wszystkim uczestnikom życzę osiągnięcia kolejnych sukcesów oraz podejmowania ciekawych wyzwań (zarówno naukowych, jak i zawodowych), do czego oczywiście mogą się przyczynić patroni i partnerzy Konkursu „Teraz Polska Promocja i Rozwój”, którym w tym miejscu składam podziękowania.

**Krzysztof Przybył**

*Prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego  
„Teraz Polska”*



Gala „Teraz Polska Promocja” 2014

# Pasja podstawą sukcesu

**O**d blisko 10 lat absolwenci szkół wyższych z całej Polski udowadniają, że tematyka wyzwań, jakie stoją przed naszym krajem w dziedzinie promocji, konkurencyjności czy innowacyjności, nie jest im obojętna. Młodzi chętnie zabierają głos w sprawach gospodarczych i marketingowych, a swoje tezy opierają na rzetelnie przeprowadzonych, własnych badaniach. W tym roku już po raz dziesiąty świeżo upieczeni magistrowie mieli szansę wziąć udział w Konkursie „Teraz Polska Promocja i Rozwój”. Warunkiem było obronienie pracy, która swoim tematem wpisaby się we wciąż otwartą publiczną debatę dotyczącą polskiej marki narodowej.

Konkurs „Teraz Polska Promocja i Rozwój” to jeden z najbardziej rozpoznawanych i cenionych konkursów prac magisterskich w naszym kraju. – *Chodzi w nim o promowanie oryginalnych, autorskich prac, a tym samym pomysłów, które mogą zostać wdrożone przez biznes czy instytucje* – mówi dr Jarosław Górski, współtwórca Konkursu, przewodniczący Komisji Kwalifikacyjnej. – *Konkurs zachęcał się bardzo niewinnie: od pomysłu promowania świeżo upieczonych magistrów, którzy napisali bardzo dobre prace o promocji Polski. Dzisiaj tematyka jest znacznie szersza. Zajmujemy się szeroko rozumianą konkurencyjnością Polski. Wśród prac, które do nas trafiają, dominują te z dziedziny marketingu narodowego, promocji turystycznej i gospodarczej* – dodaje.

## 10 lat sukcesów

W tym roku Konkurs odbywa się już po raz dziesiąty. Na przestrzeni lat zyskał on stałe grono współorganizatorów, partnerów i patronów, wśród których znalazły się ministerstwa, agencje rządowe, instytucje państwowe i media. Dotychczasowa historia Konkursu to tysiące godzin pracy ekspertów, liczne publikacje naukowe i medialne, niemal 700 prac magisterskich z kilkudziesięciu uczelni publicznych i niepublicznych z całej Polski, a przede wszystkim ponad 100 laureatów.

Na zwycięzców rokrocznie czekają nagrody pieniężne o łącznej wartości ok. 50 tys. zł. Laureaci mają również szansę odbycia staży i praktyk w partnerskich instytucjach. Młodzi magistrowie docenieni przez Kapitułę Konkursu przyznają, że nie bez znaczenia są prestiż i uznanie związane z wygraną. Dla wielu spośród nich to właśnie Konkurs „Teraz Polska Promocja i Rozwój” był furtką do zawodowej kariery. – *Nagroda w Konkursie otworzyła mi drzwi do Instytutu Adama Mickiewicza, gdzie odbyłem staż i gdzie do dziś pracuję* – opowiada Krzysztof Biliński, laureat VI edycji Konkursu. – *W trakcie studiów zainteresowałem się dyplomacją kulturalną i działalnością IAM. Pamiętam, jak kiedyś pomyślałem: „Fantastycznie byłoby tam pracować!”. I udało się to dzięki mojej pracy magisterskiej, która zawierała autorską koncepcję promo-*

*cji Polski, oraz dzięki Konkursowi „Teraz Polska Promocja i Rozwój”* – dodaje Katarzyna Gad, laureatka zeszłorocznej edycji Konkursu, przyznaje, że zwycięstwo umocniło jej decyzję o rozpoczęciu kariery naukowej. – *Planowałam rozpoczęcie studiów doktoranckich na Uniwersytecie Jagiellońskim. Nagroda była dla mnie potwierdzeniem, że moja praca jest dobra, a ja jestem na właściwej drodze* – twierdzi.

## Nagroda to dopiero początek

Laureaci Konkursu często przyznają, że tematy, które poruszają w swoich pracach magisterskich, mają następnie okazję weryfikować w trakcie pracy zawodowej. Katarzyna Gad po wygranej w Konkursie odbyła staż w Ministerstwie Spraw Zagranicznych. – *Miałam okazję zobaczyć „od środka” to wszystko, czym zajmowałam się w swojej pracy magisterskiej, która zresztą została zaktualizowana, poszerzona i wydana w formie książki* – opowiada. Podobne doświadczenia ma Filip Bebenow, laureat VI edycji Konkursu. – *Bezpośrednio po ukończeniu studiów zajęłam się zarządzaniem jedną z zabytkowych kolei wąskotorowych. Mogłam zweryfikować swoje tezy z pracy magisterskiej, sprawdzając działanie pewnych mechanizmów w praktyce* – mówi.

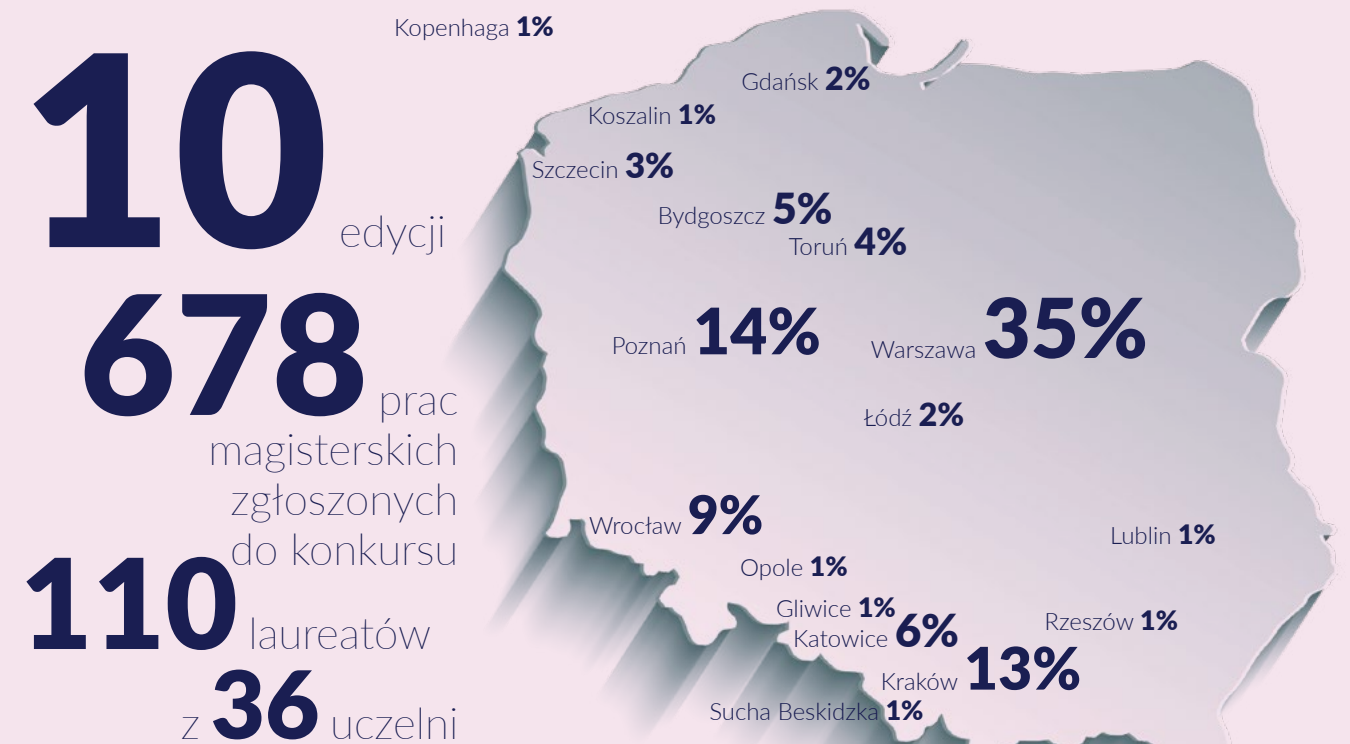
Losy laureatów toczą się rozmaicie. Wielu spośród nich ma na swoim koncie publikacje naukowe, część obroniła lub przygotowuje doktoraty, niektórzy aktywnie zajmują się promocją Polski, pracując w instytucjach państwowych. Choć nie dla wszystkich korzyści z wygranej były kluczowe w drodze zawodowej, to każdorazowo nagroda była uznaniem za rzetelnie przeprowadzone badania.

## Nade wszystko pasja

Dotychczasowych laureatów łączy także pasja. Wszyscy zgodnie podkreślają, że to ona była fundamentem ich sukcesu w Konkursie. – *Tytuł pracy „Turystyka kolejowa w Polsce” odzwierciedla bardzo dokładnie mój profil zainteresowań. Łączę aspekty poznawcze, praktykę zawodową i pasję. Od lat działam na rzecz ochrony zabytków kolejnictwa. Nie mogłem więc wybrać ciekawszego tematu* – przyznaje Filip Bebenow. – *Najlepszą receptą na sukces jest praca, która autentycznie porusza, zaś połączona z pasją daje niesamowite poczucie samorealizacji. Sztuczne i „nadmuchane” dzieła nigdy nie wypadną tak dobrze, jak te prawdziwe i szczerze* – dodaje.

Anna Siedlińska

lp.	UCZELNIA	LICZBA NAGRÓD	EDYCJE (LATA)
1	Uniwersytet Warszawski	17	2007, 2008, 2009, 2010, 2012, 2013, 2015, 2016
2	Szkoła Główna Handlowa w Warszawie	10	2007, 2008, 2009, 2010, 2012, 2013, 2015, 2016
3	Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie	9	2008, 2009, 2010, 2013
4	Uniwersytet Jagielloński w Krakowie	9	2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015
5	Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	8	2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016
6	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach	5	2007, 2008, 2012, 2014
7	Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy	5	2010, 2011, 2012, 2015
8	Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu	5	2007, 2008, 2011, 2014, 2016
9	Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu	4	2009, 2011, 2013, 2015
10	Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie	3	2009, 2013
11	Uniwersytet Szczeciński	3	2011, 2012, 2013
12	Uniwersytet Wrocławski	3	2012, 2013, 2014
13	Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu	2	2011, 2012
14	Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu	2	2012, 2014
15	Uniwersytet Gdański	2	2011, 2014
16	Uniwersytet Łódzki	2	2012, 2014
17	Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie	2	2010, 2016
18	Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu	1	2009
19	Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu	1	2011
20	Uniwersytet Śląski w Katowicach	1	2011
21	Politechnika Poznańska	1	2012
22	Uczelnia Łazarskiego	1	2013
23	Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej	1	2013
24	Copenhagen Business School	1	2013
25	Politechnika Śląska w Gliwicach	1	2014
26	Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu	1	2014
27	Politechnika Opolska	1	2014
28	Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej	1	2014
29	Collegium Civitas	1	2014
30	Politechnika Koszalińska	1	2015
31	Politechnika Lubelska	1	2015
32	Akademia Sztuk Pięknych im. E. Gepperta	1	2015
33	Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie	1	2015
34	Akademia Leona Koźmińskiego	1	2016
35	Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie	1	2016
36	Uniwersytet Rzeszowski	1	2016



# Nagroda główna I stopnia Nagroda specjalna Agencji Rynku Rolnego

**Katarzyna Matyjanko**

*Finansowanie sektora  
energetyki odnawialnej:  
analiza porównawcza  
Polski i Niemiec*

**Promotor: dr hab. Roman Sobiecki, prof. SGH  
Instytut Rynków i Konkurencji Szkoły Głównej Handlowej  
w Warszawie**

*Absolwentka studiów licencjackich w zakresie bezpieczeństwa międzynarodowego na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. W trakcie studiów aktywnie angażowała się w tematykę energetyki i rozwoju Polski, współorganizowała ogólnopolskie i międzynarodowe konferencje naukowe, m.in. „New Technologies as a Factor of International Relations” oraz „Bezpieczeństwo Energetyczne w Europie”. Następnie kontynuowała naukę w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze. Tytuł magistra zdobyła w listopadzie 2015 r., obroniła pracę na temat finansowania energetyki odnawialnej na przykładzie analizy porównawczej Polski i Niemiec. W trakcie studiów podjęła pracę w Citibank International Ltd, części Citigroup, gdzie obecnie na stanowisku menedżera w Departamencie Operacji AML kieruje pracą zespołu analityków.*

**W**zrost znaczenia sektora energii odnawialnej oraz fakt, iż coraz więcej państw włącza źródła odnawialne do dywersyfikacji źródeł energii, stwarzają możliwości i wyzwania dla państw takich jak Polska w zakresie inwestycji w rozwój technologii odnawialnych. System finansowania energetyki odnawialnej w Niemczech – biorąc pod uwagę podobieństwa między dwoma państwami – może być stawiany za wzór dla Polski w zakresie implementacji odpowiedniej polityki energetycznej. Znaczenie sektora energetyki odnawialnej w Polsce powoli wzrasta i należy się spodziewać kontynuacji tego trendu w przyszłości. Polska musi jednak być świadoma, iż działalność samego rządu nie wystarczy do odpowiedniego rozwoju sektora energetyki odnawialnej. Kooperacja podmiotów publicznych i prywatnych we wspieraniu rozwoju tego sektora jest w tym celu niezbędna.

# Nagroda główna II stopnia

**Katarzyna Wysocka**

*Preferencje konsumentów  
polskich i hiszpańskich  
w stosunku do produktów  
zagranicznych*

**Promotor: dr hab. Małgorzata Bartosik-Purgat, prof. UEP  
Wydział Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu  
Ekonomicznego w Poznaniu**

*Absolwentka studiów magisterskich na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze (o specjalności biznes międzynarodowy) Wydziału Gospodarki Międzynarodowej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. W latach 2014–2015 przewodnicząca studenckiego koła naukowego Synergy Group, specjalizującego się w biznesie międzynarodowym. Dwukrotnie koordynowała eliminacje Studenckiego Turnieju Negocjacyjnego w Poznaniu. Była członkiem Stowarzyszenia Młodzi dla Poznania. Autorka artykułu naukowego „Możliwości finansowania rozwoju społeczno-gospodarczego gmin w Polsce” w publikacji „Państwo i przedsiębiorstwo wobec wyzwań globalnej gospodarki”. Władza językiem angielskim i hiszpańskim. Interesuje się kulturowymi uwarunkowaniami w biznesie międzynarodowym. Uwielbia podróżować.*

**N**agrodzona praca stanowi źródło wiedzy na temat potrzeb, preferencji, przywiązania do produktów krajowych, stosunku do produktów zagranicznych, a także sposobu podejmowania decyzji przez konsumentów polskich i hiszpańskich. Dane empiryczne zawarte w pracy mogą być przydatne przedsiębiorstwom działającym na arenie międzynarodowej (ze szczególnym uwzględnieniem rynku polskiego i hiszpańskiego), które kierują swoją ofertę do młodych Europejczyków. Ponadto praca może być źródłem cennych informacji dotyczących kulturowych aspektów, które często są powodem barier czy też błędów firm zagranicznych przygotowujących się do działań marketingowych skierowanych do młodego odbiorcy. W pracy dokonano próby odpowiedzi na pytania badawcze: jaki jest stosunek konsumentów polskich i hiszpańskich do produktów zagranicznych? jak kształtują się preferencje w wyborze produktów pochodzących z kraju lub z zagranicy w branży spożywczej, alkoholowej, kosmetycznej, odzieżowej, obuwniczej, elektronicznej, motoryzacyjnej oraz meblowej? Podjęto również próbę odpowiedzi na pytanie o cechy kulturowe konsumentów, które wpływają na ich zachowania w omawianym kontekście.

# Nagroda główna III stopnia

**Daria Waszak**

*Gwara poznańska we  
współczesnej przestrzeni  
miasta*

**Promotor: dr hab. Małgorzata Witaszek-Samborska, prof. UAM  
Wydział Filologii Polskiej i Klasycznej Uniwersytetu  
im. Adama Mickiewicza w Poznaniu**

*Absolwentka studiów licencjackich i magisterskich na kierunku filologia polska na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz studiów licencjackich w zakresie turystyki i rekreacji (specjalność: turystyka kulturowa z dziennikarstwem) na Akademii Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu. Od dzieciństwa pasjonuje się zagadnieniami związanymi z gwarą poznańską i edukacją regionalną, którym poświęciła swoje prace dyplomowe: „Gwara poznańska jako potencjalny produkt turystyki kulturowej w Poznaniu” oraz „Regionalizm i jego miejsce na lekcjach języka polskiego”. Laureatka Nagrody Miasta Poznania za wyróżniającą się pracę magisterską. Zawodowo i hobbystycznie związana ze sportem, dlatego kontynuuje naukę na studiach podyplomowych z zakresu zarządzania sportem.*

Poznań ma swą kształtowaną od pokoleń gwarę miejską, która jest nie tylko walorem odróżniającym go od innych regionów Polski, ale również bogactwem kulturowym, w którym zawarte są historia miasta i obyczaje jego mieszkańców. Praca pokazuje, że choć gwara ta nie jest dziś często słyszana w codziennych rozmowach między mieszkańcami, to jest chętnie wykorzystywana w wielu różnych sferach życia miejskiego. Materiał do badań został zebrany głównie za pomocą obserwacji żywotności gwary w Poznaniu i został opisany w ramach trzech wydzielonych przestrzeni miasta: fizycznej, społecznej realnej i społecznej wirtualnej. Praca zawiera szczegółową analizę gwarowego słownictwa i frazeologii oraz pełnionych przez nie funkcji. Dołączono do niej również aneks, w którym przedstawiono przykłady gwarowych tekstów.

# Nagroda specjalna Ministra Rozwoju i Finansów

**Michał Filipek**

*Ekspansja polskich  
przedsiębiorstw na rynki  
odległe geograficznie  
– przypadek Asseco Poland SA  
w Afryce Subsaharyjskiej*

**Promotor: dr Aleksandra Wąsowska  
Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego**

*Absolwent studiów licencjackich na kierunku zarządzanie oraz studiów magisterskich na kierunku finanse, rachunkowość i ubezpieczenia na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. W trakcie studiów otrzymywał corocznie stypendium rektora UW za wysokie wyniki w nauce. Uczestnik brokerskich konkursów dotyczących rynku walutowego Forex. Interesuje się wschodzącymi rynkami zagranicznymi i szansami, jakie tworzą one dla rozwoju gospodarki światowej. Miłośnik jazdy na rowerze, speedmintona oraz literatury kryminalnej. Aktualnie pracuje w spółce informatycznej, odpowiada za kontroling finansowy.*

Celem pracy jest przedstawienie rozwoju działalności polskich przedsiębiorstw poprzez ich ekspansję na rynki odległe geograficznie. W celu przybliżenia zagadnień związanych z umiędzynarodowieniem ukazano klasyfikację państw świata zgodnie z poziomem ich rozwoju, a także motywy oraz teorie internacjonalizacji przedsiębiorstw. W pracy wykorzystano raporty oraz badania wielu uznanych instytucji międzynarodowych. Przedstawiono charakterystykę regionu Afryki Subsaharyjskiej, obecnej sytuacji gospodarczej oraz otoczenia biznesowego z uwzględnieniem szans i barier związanych z rozpoczęciem inwestycji. Uwieńczeniem pracy jest studium przypadku ukazujące ekspansję polskiej grupy kapitałowej Asseco Poland SA na rynki Afryki Subsaharyjskiej.

# Nagroda specjalna Ministra Spraw Zagranicznych

## Weronika Rucka

*Działania promocyjne Ambasady RP w Sztokholmie i Ambasady Szwecji w Warszawie w mediach społecznościowych. Analiza porównawcza*

**Promotor: dr hab. Agnieszka Stępińska, prof. UAM  
Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa  
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu**

*Absolwentka skandynawistyki, filologii szwedzkiej oraz dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W 2014 r. otrzymała Nagrodę Ambasadora Szwecji w Polsce za wystąpienie na temat kulturowej tożsamości polifonicznej prezentowanej w literaturze tornedalskiej, której to poświęcona jest jej pierwsza praca magisterska, napisana w języku szwedzkim. Po szwedzku napisała także pracę licencjacką o tożsamości emigrantów w Szwecji na przykładzie twórczości Zeni Larsson. Dwukrotnie uczestniczyła w programie Erasmus – w szwedzkim Lund oraz belgijskim Gent. Jej obszary zainteresowań to branding narodowy i promocja krajów Skandynawii i Arktyki, jak również migracje oraz tożsamość migrantów. Mówi po angielsku, szwedzku oraz francusku.*

Celem pracy magisterskiej jest analiza działań promocyjnych prowadzonych w mediach społecznościowych przez Ambasadę Rzeczypospolitej Polskiej w Sztokholmie oraz Ambasadę Szwecji w Warszawie. Przeprowadzona analiza ma na celu zbadanie, w jakim stopniu obie ambasady nawiązują do idei i strategii brandingu narodowego własnych państw. Praca opisuje pojęcia brandingu narodowego oraz marki narodowej; prezentuje działania promocyjne podejmowane przez Polskę oraz Szwecję w ramach strategii brandingu narodowego; opisuje wymiary relacji polsko-szwedzkich, w tym wymiar polityczny, gospodarczy, społeczny, kulturowy i naukowy oraz instytucjonalny. Finałowa część pracy prezentuje wyniki analizy działań promocyjnych prowadzonych przez obie ambasady w mediach społecznościowych.

# Nagroda specjalna Ministra Sportu i Turystyki

## Karol Nycz

*Atrakcje geoturystyczne  
a turystyka filmowa*

**Promotor: dr Paweł Różycki  
Wydział Geologii, Geofizyki i Ochrony Środowiska  
Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica  
w Krakowie**

*Absolwent kierunku turystyka i rekreacja (specjalizacja: geoturystyka) na Wydziale Geologii, Geofizyki i Ochrony Środowiska Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Od lat z zapałem łączy geoturystykę, set-jetting oraz fotografię. W trakcie studiów uczestniczył w wymianach studenckich w Stanach Zjednoczonych oraz w Portugalii, które pozwoliły mu zdobyć duże doświadczenie i w konsekwencji dały świeże spojrzenie na problemy polskiej turystyki. Swoje obserwacje z podróży publikuje na blogu, który w ciągu ostatniego roku odwiedzono prawie 80 tys. razy. Podczas jednej z wypraw autora do atrakcji geoturystycznych zrodził się pionierski pomysł na stworzenie geologiczno-filmowego szlaku turystycznego w Polsce, którego efektem jest praca magisterska dotycząca tego innowacyjnego zagadnienia.*

Praca przedstawia dwa złożone zjawiska turystyki, jakimi są geoturystyka i turystyka filmowa. Prezentowane treści to śmiałe, pionierskie spojrzenie na obie dziedziny, znajdujące się obecnie wśród sektorów turystycznych o wysokim wskaźniku wzrostu. Celem pracy było odnalezienie wspólnych cech obydwu zagadnień, a także udowodnienie, że sztuka filmowa chętnie wykorzystuje atrakcje geoturystyczne jako plenery zdjęciowe. Podjęto również próbę przedstawienia wpływu filmu na atrakcyjność turystyczną regionów i miejscowości. W pracy ukazano obecną ofertę turystyki filmowej na tle polskich atrakcji geoturystycznych oraz przygotowano propozycję szlaku uwzględniającego wybrane obiekty geoturystyczne kraju („Geologiczno-filmowy szlak turystyczny”).

# Nagroda specjalna Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

**Julia Harasimowicz**

*Komunikat wizualny na  
Powszechnej Wystawie  
Krajowej w Poznaniu w 1929 r.*

**Promotor: dr hab. Iwona Luba  
Wydział Historyczny Uniwersytetu Warszawskiego**

Absolwentka historii sztuki na Uniwersytecie Łódzkim (licencjat) oraz na Uniwersytecie Warszawskim (magisterium), studentka Instytutu Etnologii i Antropologii Kulturowej UW. Za pracę licencjacką „Nowe media w międzywojennej twórczości Janusza M. Brzeskiego” uzyskała nagrodę w konkursie na najlepszą pracę dyplomową o historii kultury masowej w Polsce, organizowanym przez czasopismo „Kultura Popularna”. Współpracowała z Fundacją Nowej Kultury „Bęc Zmiana”, Muzeum Kinematografii, Galerią Raster, a od września 2016 r. współpracuje z Miejscem Projektów Zachęty jako asystentka kuratorki. Naukowo zajmuje się kulturą wizualną pierwszej połowy XX w., z szeroko rozumianymi marginesami sztuki oraz kulturowym postrzeganiem dziecka i dzieciństwa.

Niniejsza praca to analiza form wizualnych komunikatów stosowanych podczas Powszechnej Wystawy Krajowej w Poznaniu w 1929 r. Środki plastyczne wykorzystywane zarówno przed inauguracją, jak i w trakcie pokazu miały za zadanie wzmacniać jego wymowę, promować pozytywny wizerunek II Rzeczypospolitej wśród odbiorców krajowych i zagranicznych. Omówione zostają kolejno różne formy przekazu: druki, fotografia, sposoby ekspozycji (przede wszystkim Pałacu Sztuki i Pawilonu Rządowego) oraz wystąpienia performatywne. Przedstawione analizy dowodzą estetyzacji komunikatów, wykorzystania przy ich konstruowaniu psychologii widzenia, świadomego stosowania możliwości perswazyjnych danych mediów, a także intencyjnego łączenia przez organizatorów porządków kultury wysokiej oraz masowej, tradycyjnej i nowoczesnej przy przekazywaniu celów wydarzenia.

# Nagroda specjalna Ośrodka Przetwarzania Informacji PIB

**Mateusz Zabolski**

*Kluczowe czynniki sukcesu  
dla rozwoju firmy z branży  
telemedycznej. Badanie polskich  
spótek telemedycznych*

**Promotor: dr Andrzej Kuśmierz  
Kolegium Zarządzania i Finansów Akademii  
Leona Koźmińskiego**

Urodzony w Łodzi, wychowany w Trójmieście. Doktorant Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie w dziedzinie nauk ekonomicznych. Absolwent inżynierskich studiów z automatyki i robotyki na Wydziale Elektroniki, Telekomunikacji i Informatyki Politechniki Gdańskiej oraz magisterskich studiów z zarządzania (specjalność: zarządzanie strategiczne) na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Naukowo zajmuje się wpływem nowoczesnych technologii na życie człowieka, a szczególnie telemedycyną, wykorzystaniem nowoczesnych technologii informacyjnych w medycynie oraz rozwiązaniami z zakresu Internetu rzeczy i rozwiązaniami chmurowymi. Zawodowo związany z IBM Polska, gdzie doradza w zakresie strategii, wdrażania nowoczesnych rozwiązań informatycznych oraz analizy danych. Miłośnik skandynawskich kryminalistów, polskiego kina i meksykańskiej kuchni.

Praca zajmuje się kwestiami związanymi z rozwojem i zarządzaniem firmą z branży telemedycznej w Polsce oraz opisem uwarunkowań dla jej obecności i rozwoju. Zdefiniowano pojęcie telemedycyny, dokonano analizy polskiego rynku telemedycznego oraz określono potencjał wzrostu tej branży w najbliższych latach. Następnie zaprezentowano wyniki badań przeprowadzonych metodą pogłębionego wywiadu indywidualnego z przedstawicielami czterech innowacyjnych polskich firm telemedycznych, które z sukcesem rozwijają się na polskim i światowym rynku telekardiologicznym. Badania autora potwierdziły, że innowacyjność jest jednym z dwóch głównych czynników sukcesu. Przy obecnym stanie prawnym i braku wsparcia rozwiązań z zakresu telemedycyny przez narodowego płatnika kluczowym czynnikiem sukcesu firmy z tej branży jest internacjonalizacja.

# Nagroda specjalna Fundacji PZU

## Aleksandra Siwińska

*Przedsiębiorczość kobiet  
– badanie przedsiębiorstwa  
typu born global*

**Promotor: dr Aleksandra Wąsowska  
Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego**

*Absolwentka Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Ukończyła studia licencjackie oraz magisterskie na kierunku finanse, rachunkowość i ubezpieczenia. Odytowała praktyki w Krajowym Biurze Wyborczym oraz Urzędzie Komisji Nadzoru Finansowego (gdzie obecnie pracuje). Obroniła pracę licencjacką pt. „Analiza dochodów i wydatków Krajowego Biura Wyborczego”. Brała udział w warsztatach ekonomii eksperymentalnej, organizowanych przez Wydział Nauk Ekonomicznych UW. Interesuje się sztuką, a w szczególności muzyką, plastyką oraz teatrem. Gra na fortepianie i gitarze, jest członkiem chóru Wydziału Zarządzania UW, który reprezentuje wydział na uroczystościach uczelnianych oraz na międzynarodowych festiwalach.*

Celem pracy jest przybliżenie specyfiki przedsiębiorczości kobiet. Zbadana została przedsiębiorczość kobiet w Polsce i na świecie. Na podstawie istniejącej literatury został stworzony model badawczy, który posłużył do przestudiowania wpływu poszczególnych czynników na przedsiębiorczość kobiet. W pracy poruszony został również problem umiędzynarodowienia firm prowadzonych przez kobiety. Dokonano analizy pojedynczego studium przypadku na podstawie firmy *born global*. Z właścicielkami przeprowadzono wywiad, a jego analiza pozwoliła na określenie wpływu czynników wskazanych w modelu na przedsiębiorczość kobiet. Analizowane przedsiębiorstwo Phenicoptere zostało założone przez dwie absolwentki Wydziału Zarządzania UW i działa w branży kosmetycznej. Właścicielki stworzyły *Glov* – innowacyjną rękawicę do demakijażu, która odniosła sukces marketingowy na całym świecie.

# Wyróżnienie

## Dominika Cymerman

*Znaczenie branż kreatywnych  
dla turystyki w miastach*

**Promotor: dr hab. Wiesław Aleziak, prof. nadzwyczajny  
Wydział Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania  
Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie**

*Absolwentka studiów wyższych na kierunkach turystyka i rekreacja w Akademii Wychowania Fizycznego im. B. Czecha w Krakowie oraz międzynarodowe stosunki gospodarcze na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Zafascynowana zjawiskami zachodzącymi w otaczającym świecie, stale poszukuje możliwości zdobycia nowych doświadczeń. Od dziecka związana z muzyką – ukończyła PSM I stopnia w klasie wiolonczeli i II stopnia w klasie śpiewu solowego. Do dzisiaj kultura stanowi dla niej ważny aspekt życia codziennego i każdej podróży. Biegła włada językiem hiszpańskim. Doświadczenie zdobyte podczas praktyk w Madrycie i na Fuerteventurze oraz w trakcie studiów na Uniwersytecie w Almerii planuje wykorzystać w dalszym rozwoju zawodowym i naukowym.*

Głównym celem pracy było określenie znaczenia branż kreatywnych dla miast jako obszarów recepcji turystycznej. Cel praktyczny stanowiło rozpoznanie kreatywności polskich miast wojewódzkich pod kątem turystyki i zweryfikowanie w odniesieniu do nich koncepcji „miasta kreatywnego”. Przeprowadzono badania ankietowe wśród osób zawodowo związanych z rozwojem gospodarki, turystyką lub promocją w badanych miastach. Poznano tym samym opinie respondentów na temat istotności branż kreatywnych, kreatywności i budowania marki „miasta kreatywnego” dla reprezentowanych przez nich miast oraz turystyki miejskiej, popartą przykładami realizowanych działań. Potwierdzono potencjał kreatywny głównych polskich miast, sprecyzowano jego źródła i sposoby wykorzystania. Dzięki temu możliwe było zweryfikowanie koncepcji opisywanych w literaturze przedmiotu i nakreślenie związków między kreatywnością, sektorem kreatywnym i turystyką w polskich miastach.



# Wyróżnienie

## Paweł Kocańda

*Rezerваты archeologiczno-architektoniczne jako muzea prezentujące relikty architektury in situ na wybranych przykładach z terenu Podkarpacia*

**Promotor: dr hab. Tadeusz Zych, prof. UR  
Wydział Socjologiczno-Historyczny Uniwersytetu Rzeszowskiego**

*Autor urodził się w małej miejscowości Krośnica w powiecie nowotarskim, na pograniczu Pienin i Gorców. Od początku swojej edukacji interesował się archeologią, historią oraz dziedzictwem kulturowym. Odbił studia archeologiczne w Instytucie Archeologii Uniwersytetu Rzeszowskiego, gdzie w 2014 r. obronił pracę magisterską. Następnie kontynuował naukę na studiach magisterskich w dziedzinie muzeologii (specjalizacja: edukator muzealny). W 2016 r. obronił z wyróżnieniem pracę z muzeologii. Od dwóch lat jest doktorantem Instytutu Archeologii Uniwersytetu Rzeszowskiego, gdzie przygotowuje dysertację na temat średnio-wiecznej architektury obronnej.*

Celem pracy jest analiza sposobów prezentacji relikwów archeologiczno-architektonicznych w miejscu odkrycia, a więc *in situ*, na przykładzie wybranych obiektów i placówek muzealnych z obszaru województwa podkarpackiego. Aby jak najlepiej scharakteryzować opisywaną tematykę, autor uwzględnił w swoich rozważaniach różne rodzaje zabytków architektury oraz różne metody prezentacji. Wśród tych pierwszych znalazły się relikty budowli przedromańskich z Przemyśla, ruiny zamków w Odrzykoniu, Manasterzcu oraz Sanoku, podziemne trasy turystyczne w Jarosławiu i Rzeszowie, a także zabytki sakralne. Głównymi metodami ekspozycji opisywanych obiektów są: rekonstrukcja, adaptacja, trwała ruina, zarys na powierzchni oraz częściowa nadbudowa. Analiza zagadnienia poprzedzona jest rozdziałami wstępnymi na temat historii zainteresowań zabytkami architektury na przestrzeni wieków. We wnioskach umieszczono ocenę prezentowanych metod.



## TERAZ POLSKA KURS NA SUKCES

Od ponad 20 lat Godło „Teraz Polska” jest synonimem najwyższej jakości produktów i usług. Promuje innowacyjność, konkurencyjność oraz przedsiębiorczość.

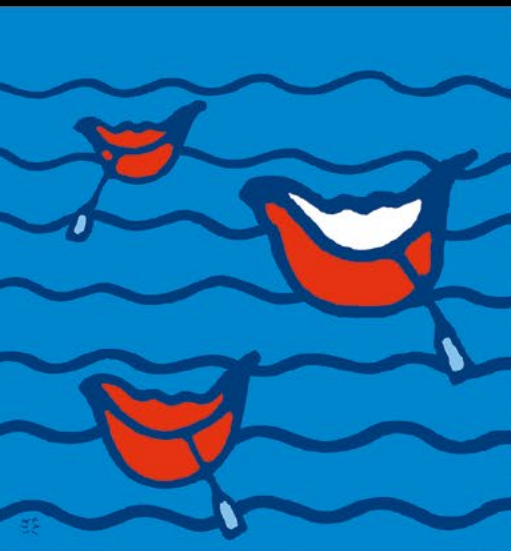
[www.terazpolska.pl](http://www.terazpolska.pl)



# KONKURS NA OKŁADKĘ MAGAZYNU

# Teraz Polska

DLA STUDENTÓW WYŻSZYCH SZKÓŁ ARTYSTYCZNYCH



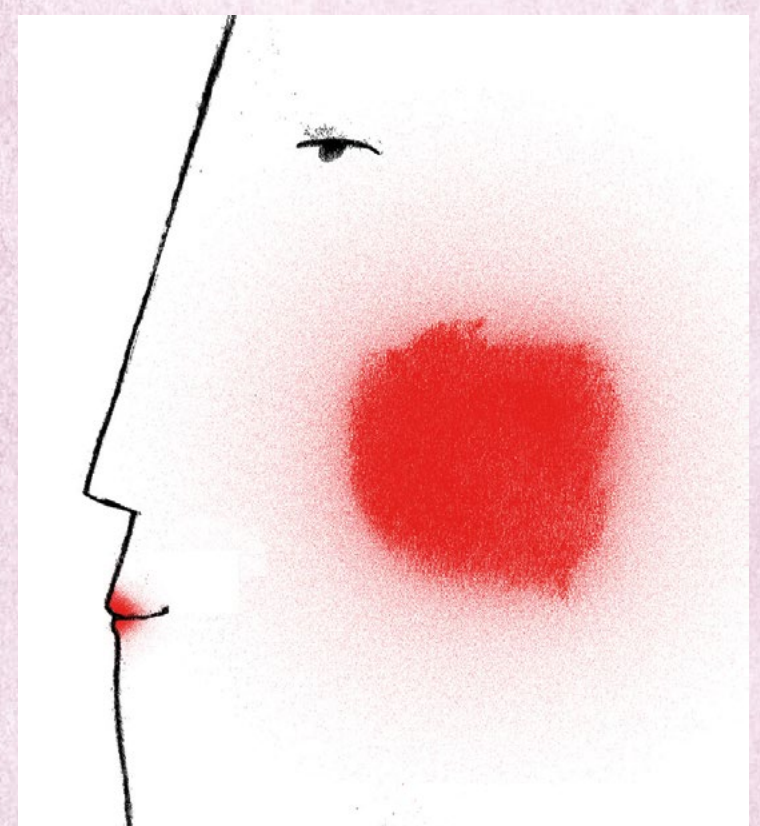
Czwarty konkurs na okładkę magazynu „Teraz Polska” wygrywa Stanisław Gajewski z Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie. Nagrodę specjalną jury zdobywa Grzegorz Myćka z Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu.

Okładka magazynu „Teraz Polska” jest swoistą formą galerii, miejscem prezentacji wypowiedzi polskich twórców na temat patriotyzmu i polskości, ale bez patosu i zbędnych uniesień. Okładkę pierwszego numeru magazynu przygotował Jan Sawka – była to ostatnia praca artysty przed śmiercią w 2012 r. Następne okładki przygotowali: Andrzej Pągowski, Waldemar Świerzy, Ryszard Kajzer, Henryk Chyliński, Rafał Olbiński, Małgorzata Lazarek, Ryszard Horowitz, Natalia Olbińska, Piotr Młodożeniec, Tomasz Opasiński, Rostaw Szaybo, Józef Wilkoń, Michał Batory oraz Lubomir Tomaszewski. Wraz z rozwojem pisma redakcja postanowiła udostępnić miejsce na okładce także młodym twórcom z wyższych szkół artystycznych. W ten sposób narodził się pomysł na konkurs, w którym nagrodą jest publikacja pracy i promocja młodych artystów na równi z najlepszymi!

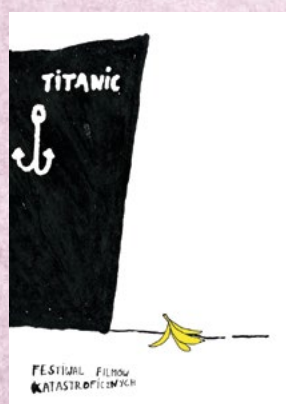
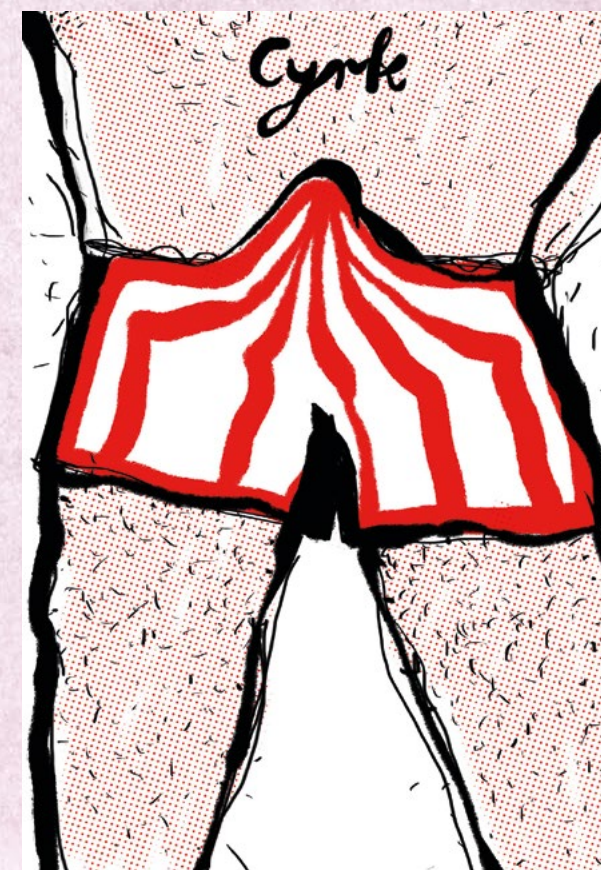
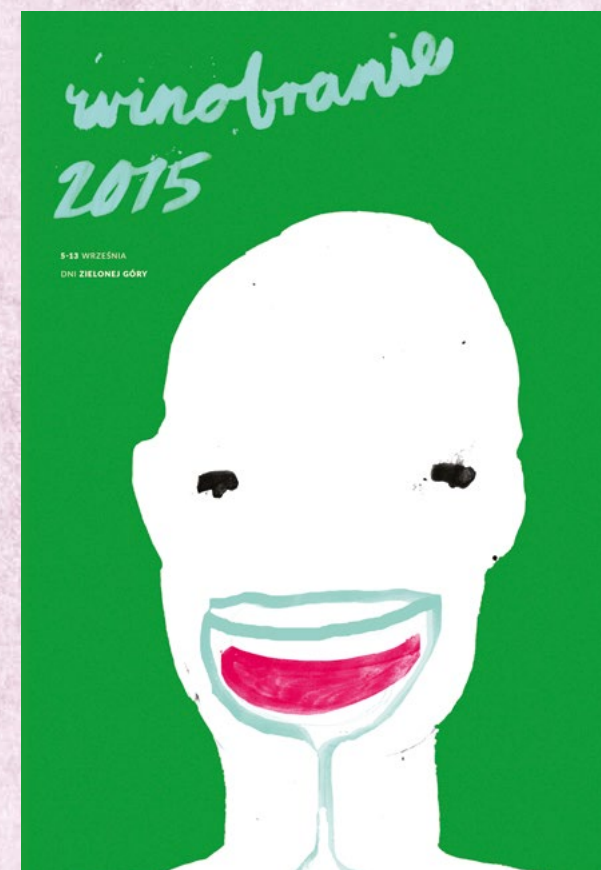
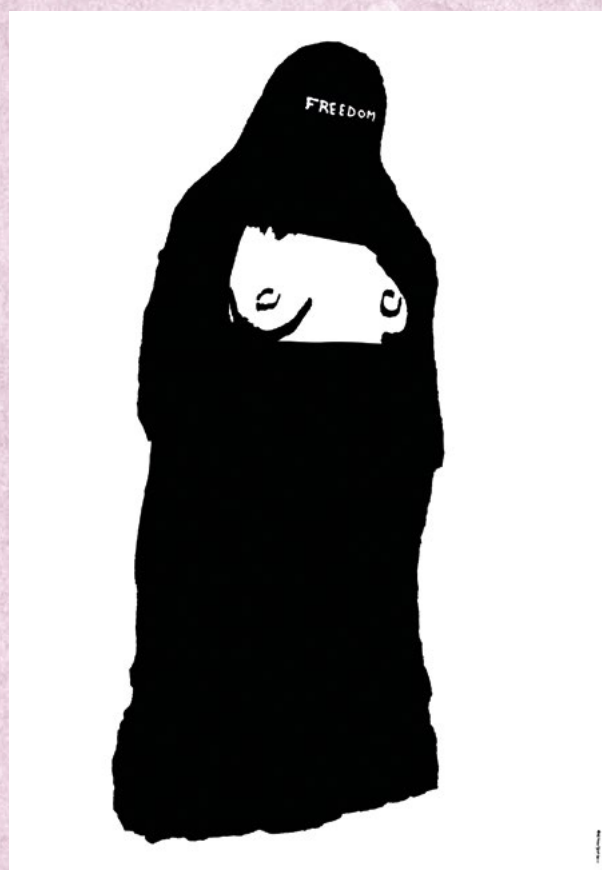
Do tegorocznej, czwartej edycji zgłoszono 76 prac z całego kraju. Oceniało je jury w składzie: Ryszard Kajzer – grafik, plakacista, wykładowca warszawskiej ASP, założyciel Zerkaj Studio; Wojciech Palczewski – projektant, grafik, założyciel agencji Tamburyn; Krzysztof Przybył – redaktor naczelny magazynu „Teraz Polska” i prezes zarządu Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego.



Nagroda główna, Stanisław Gajewski



Nagroda specjalna jury, Grzegorz Myćka



### Stanisław Gajewski

Absolwent Wydziału Grafiki Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, aktualnie w trakcie studiów doktoranckich na macierzystym wydziale.

Pracuje twórczo w zakresie ilustracji, rysunku prasowego i plakatu. Zajmuje się rysunkiem satyrycznym, a także prowadzi warsztaty z ilustracji i plakatu. Autor artykułów naukowych poświęconych tematyce plakatu i rysunku satyrycznego. Uczestniczył w ponad stu wystawach krajowych i zagranicznych, zbiorowych i indywidualnych. Publikował w kraju i za granicą. Jego prace znajdują się w zbiorach publicznych i w prywatnych kolekcjach w Polsce, Anglii, Irlandii, Niemczech, Rosji, Ukrainie, Estonii. Laureat nagród w konkursach międzynarodowych i krajowych, stypendysta Prezydenta RP, członek założyciel Polskiego Oddziału Międzynarodowego Stowarzyszenia Artystów Satyryków FECO Poland.



### Grzegorz Myćka

Absolwent Wydziału Artystycznego Uniwersytetu Zielonogórskiego, obecnie w trakcie studiów doktoranckich na Wydziale Grafiki Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu.

Zajmuje się grafiką warsztatową i projektową, ilustracją oraz krótkimi formami animowanymi. Działa także jako muzyk. W swojej twórczości prezentuje dosyć eklektyczne podejście. Jego prace w sensie formalnym są bardzo zróżnicowane – od fotografii po eksperymentowanie z gestem i śladem rysunkowym. Laureat Nagrody Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego dla studentów uczelni artystycznych za osiągnięcia w twórczości w 2012 r. Uczestnik wielu międzynarodowych wystaw i przeglądów o tematyce plakatu i ilustracji, m.in. Biennale del Cartel w Boliwii, Taiwan International Graphic Design Award, Trnava Poster Triennial, Biennale Plakatu Polskiego w Katowicach, Międzynarodowego Biennale Plakatu Teatralnego w Rzeszowie.





Gala „Teraz Polska Promocja i Rozwój” 2015



ORGANIZATORZY



Invest  
in Poland



SYSTEM GAZOCIĄGÓW TRANZYTYWYCH  
EuRoPol GAZ s.a.

Deutsche Bank



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

PARP



Narodowe Centrum  
Badań i Rozwoju



UNIWERSYTET WARSZAWSKI  
Wydział Nauk  
Ekonomicznych



PATRONI HONOROWI



PARTNERZY HONOROWI



PRACE MAGISTERSKIE  
WERYFIKUJE

