

Регламент на PR Приз 2010

А. Конкурсни категории

I. Редовни конкурсни категории:

1. Корпоративна PR кампания:

Кампания за изграждане на корпоративен образ и управление на корпоративна репутация.

2. Обществено значима PR кампания на организация от стопанския сектор:

Кампания, предназначена за утвърждаване на ценности сред целевите публики и инициентирана от стопанска организация.

3. Социално отговорна PR кампания на организация от нестопанския сектор:

Кампания, инициентирана от неправителствени или благотворителни организации за утвърждаването на значими ценности и/или защитаваща обществено полезна кауза.

4. PR кампания на държавна институция:

Кампания, организирана от институцията или организация от публичния сектор (правителствени служби, структури на местна власт и т.н.), успешно използва PR инструментите за комуникиране на дейността си пред публиките и/или за популяризиране на отделни проекти, осъществени от институцията.

5. PR на политическа организация:

Кампания, проведена за политическа партия, организация и/или политик.

6. Вътрешноорганизационен PR:

PR програма/комуникационна кампания, насочена към вътрешните публики на една организация/институция/компания.

7. PR кампания на нов продукт:

PR кампания за представяне на нов продукт или услуга на пазара (с изключение на сферите изкуство, спорт, свободно време, туризъм)

8. PR кампания на съществуващ продукт или услуга:

Кампания на съществуващ продукт или услуга (с изключение на сферите изкуство, спорт, свободно време, туризъм)

9. PR събитие:

Социално събитие като елемент от PR програма или предмет на самостоятелна програма: пресконференции, официални церемонии, откривания, чествания, концерти, изложби, празници, специални събития и др. В категорията може да участват също събития, които са част от кампании, участващи в друга категория на конкурса.

10. PR кампания на медия:

Кампания за представянето на медии и/или представяне на конкретен техен проект пред целевите публики. Ще се приемат заявки от всякакъв тип медии, включително интернет сайтове и портали.

Всички проекти на медии са задължени да кандидатстват в категория „PR кампания на медия“ и само журито може да прецени каква награда да даде на тези проекти и към коя от останалите категории да ги причисли.

11. Кризисен PR:

Реализация на програма по кризисен PR.

12. PR кампания в сектор Туризм и свободно време (спорт, забавления и др.):

PR кампания, реализирана в областта на туризма и свободното време.

13. PR кампания в сектор Финанси и връзки с инвеститори:

PR кампания в сектор финансови продукти и услуги, програми за връзки с инвеститори и др.

14. PR кампания в сектор Информационни и телекомуникационни технологии (ICT):

PR кампания в ICT сектора, включително B2B и потребителски кампании.

15. PR кампания за персонален имидж:

Кампания за изграждане на персонален имидж и управление на персонална репутация;

II. Специална конкурсна категория:

PR студент:

Тази награда отличава работата на бъдещите PR специалисти. В категорията може да се включат студенти по PR след трети завършен курс като представят PR програма или план за PR кампания, развита за целите на курсов проект. Представеният в конкурса проект трябва да отговаря на изискването за обем, валидно за конкурсните категории за кампании и да бъде придружен от писмо от преподавателя, водил академичната дисциплина, в чиято учебна рамка е развит проекта.

III. Специални награди на организаторите:

Всяка от трите организации си запазва правото да даде специални награди извън конкурсните категории на PR Приз 2010, респективно в своята сфера;

Б. Условия за участие в PR Приз 2010

1. В конкурса могат да участват вътрешни PR отдели, PR агенции, PR отдели на рекламни агенции и специалисти по PR и маркетинг, работещи на територията на Република България.
2. Всяка кампания или проект, изпратена за участие, трябва да бъде планирана и осъществена през 2009 година и завършена не по-късно от края на месец февруари тази година. Допуска се неограничен брой индивидуални заявки.

3. Практикът, който представя проекта, трябва задължително да е участвал в управлението или реализацията му. Във всяка заявка се посочва екипът, работил по проекта, както и периода на неговата реализация.
4. Ако се кандидатства с проект, който вече е участвал в конкурса **PR приз**, в предходна година, трябва да се посочат значими промени, които отличават новия етап/фаза на проекта от предишното му представяне.

5. **Документацията за участие трябва да включва:**

5.1. **Описание на проекта**

Подробен документ, описващ в детайли проекта. Презентацията трябва да бъде структурирана съобразно критериите за оценка и да съдържа представяне на проведените изследвания и проучвания, стратегията, целите, задачите, публиките, планиране и тактики, бюджет и ограничения, постигнати резултати. Проектът трябва да бъде представен в Word Document с обем не повече от 4 стандартни печатни страници.

Описанието се представя на български и на английски език.

5.2. **Писмено разрешение** за участие в конкурса от поръчителя на проекта. Удостоверява съгласието на поръчителя за участие на реализирания проект в конкурса PR Приз 2010.

5.3. **Попълнена заявка за участие на хартиен носител в общия сет**

Заявката за участие може да бъде получена от всеки, заявил своето желание за участие на e-mail: s.stefanova@bdvo.org. Тя ще бъде публикувана на 15 март на адрес: www.prpriz.info

5.4. **Копие от платежен документ** за внесена такса за участие. Членовете на БДВО, Асоциация ИМАГИНЕС и асоциация БААК, които заплащат преференциална такса, трябва да приложат и копие от документ за платен членски внос за 2010 година.

5.5. **Допълнителни материали**

Представянето на допълнителни материали по проекта не е задължително условие. По преценка на кандидата могат да бъдат приложени материали като съобщения за медиите, частичен мониторинг, видео материали, фотографии, брошури, плакати и т.н.). Допълнителните материали трябва да бъдат приложени в електронен вид, на CD или DVD.

6. **Формат на документите**

Проектите се представят на хартиен и електронен носител, както следва:

- **1 екземпляр от описанието на проекта на хартиен носител**, подвързан и само на български език;
- **2 екземпляра на електронен носител /CD или DVD/** - Дискът трябва да съдържа Описанието на проекта на български език и описание на проекта на английски език (т. 5.1.)
Ако кандидатите намерят за необходимо, могат да представят и допълнителни материали за проекта на същия диск (т. 5.5).

- 1 екземпляр на необходимите документи (заявка за участие, разрешение на поръчителя, платежен документ) на хартиен носител.

7. Процедури

- 7.1. Изпратени за участие проекти не се връщат и при наличие на проекти с конфиденциална информация, следва този факт задължително да бъде отбелязан.
- 7.2. След първоначалното разглеждане на проектите, журито има право по своя преценка да премести даден проект от една категория в друга. При извършването на такава промяна, журито уведомява участника и предоставя мотиви за извършената промяна.
- 7.3. Журито има право да не присъди награда в конкурсна категория, ако прецени, че за нея няма подходяща кандидатура, също да даде две или повече награди за един и същи проект.

8. Срокове и оценяване

- 8.1. Подготовката на проектите за участие от страна на желаещите да се включат в конкурса може да стартира още при оповестяването на PR Приз 2010 – на 08.03.2010 г.
- 8.2. Проектите ще бъдат приемани само в периода от 8 март – 8 април 2010 г. на адрес:

За конкурса PR Приз 2010

**БДВО/ Българско дружество за връзки с обществеността
София 1504
ул. "Сан Стефано" 25**

- 8.3. Проектите ще бъдат оценявани на два етапа:
 - Предварителното журиране ще се проведе в периода 12 април - 12 май 2010 г. Тогава журито ще определи проектите във всяка конкурсна категория, които се класират за втория кръг на конкурса и ще могат да участват в откритото представяне (публичните защиты).
 - Класираните за втори кръг кандидати ще направят публично представяне на кампаниите си пред журито на 15 и 16 май 2010 г. – събота и неделя. Кандидатите ще бъдат уведомени чрез електронна поща за часа и мястото на презентиране, не по-късно от 12 май 2010 г. – сряда. Представянето на проектите следва да бъде направено в рамките на 10 минути, като презентацията отговаря и на въпроси на журито, ако са възникнали такива.
- 8.4. Обявяването на наградите ще бъде направено на специална церемония на 19 май 2010 г. в Гранд хотел София, зала „София“.

9. Награди

Победителите в конкурса ще бъдат наградени на официална церемония. На победителите във всяка категория ще бъде връчена пластика "PR Приз" и грамота.

10. Жури

Членовете на журито притежават висока квалификация и опит в областта на PR и/или медии, маркетинг, реклама и социология. Те нямат право на участие в конкурса съответно с проекти на организациите, за които работят. Журито има право да не присъди награда в конкурсна категория, ако прецени, че за нея няма подходяща кандидатура, както и да даде две или повече награди, ако има повече подходящи участващи проекти.

11. Такса за участие

- 11.1. Редовната такса за участие на проект в конкурса PR Приз 2010 е 250 лв.;
- 11.2. Организации, чиито служители членуват в БДВО, Асоциация ИМАГИНЕС или Асоциация БААК и са платили членския си внос за 2010 г., ползват преференциална такса за участие в размер на 200 лв. Платеният членски внос трябва да се докаже с копие от платежен документ;
- 11.3. Организации, които подават заявки за участие в категорията „Общественостнозначима PR кампания на организации от стопанския сектор“ и „Социално-отговорна PR кампания на организации от нестопанския сектор“, ползват преференциална такса за участие в размер на 150 лв.;
- 11.4. Студенти, които подават заявки за участие в категория „PR студент“, не заплащат такса за участие;
- 11.5. Таксата се заплаща в български лева по банков път по сметката на БДВО:

Банка ДСК, клон Калоян

BIC: STSABGSF

IBAN: BG48STSA93000006291325

Такса за участие в конкурса PR Приз 2010

Своите въпроси, мнения и забележки, свързани с конкурса, можете да отправяте на е-mail: s.stefanova@bdvo.org или m.atanassova@bdvo.org ;

В. Критерии за оценка

Проектите ще бъдат оценявани на база на постиженията в няколко аспекта:

В.1. Изследване и планиране – 30% от общата оценка

Анализ на ситуацията и нуждите, ясно поставени задачи, начин на определяне на целевите публики и предизвикателствата.

Проектът ще бъде оценяван на базата на следните критерии:

- Ясно идентифициране на потребностите и задачите на проекта
- Подход и методи за анализ на изходната ситуация
- Начин на дефиниране на целевите групи, анализ на характеристиките и потребностите им
- Ясна стратегия за достигане на целевите групи и осъществяване на целите на проекта
- Творчески подход при определяне на стратегията и избора на комуникационни средства и канали
- Измеримост на заложените цели

- Измеримост и реалистичност на плана на проекта
- Анализ на съществуващите ограничения и рискове за осъществяване на проекта

В.2. Реализация на проекта – 35% от общата оценка

Иновации, творчество, избор на PR инструменти, управление на човешките и финансови ресурси; адекватност на информационните и творчески материали на проекта; качество на реализацията.

Проектът ще бъде оценяван, на базата на следните критерии:

- Ефективност и последователност в осъществяването на проекта
- Творчество и нетрадиционен подход в реализирането на проекта
- Адекватност на информационните и творческите материали за проекта
- Съответствие на избраните тактики на поставените цели на проекта
- Съответствие на избраните тактики на спецификите на целевите групи

В.3. Постигнати резултати – 25% от общата оценка

Постигнати цели, подход за отчитане на кампанията и измерване на резултатите, въздействие на програмата върху целевите групи

Проектът ще бъде оценяван, на базата на следните критерии:

- Изчерпателност на инструментите за измерване на резултатите на проекта
- Провеждане на оценка на кампанията
- Измерване на ефекта на програмата върху целевите групи и съответствие на постигнатите резултати с поставените цели
- Финансова ефективност на кампанията и ефективно използване на ресурсите

В.4. Представяне на проекта – 10% от общата оценка

Яснота, убедителност и творчество при представяне на проекта; Оценката се дава на етап Публично представяне на проектите;

Проектът ще бъде оценяван, на базата на следните критерии:

- Осигуряване на ясна, структурирана и изчерпателна информация за проекта
- Убедително представяне на проекта и отговори на зададените въпроси по време на публичното представяне

PR Приз 2010 се провежда с любезното съдействие на Mtel и Гранд хотел София, както и с медийното партньорство на: БТА, Списание „Мениджър“, Списание „Тема“, Списание „Sign Cafe“, Blitz.bg и специализираното онлайн издание „Медии и обществени комуникации“.