

Sándor Imre PR-Díj 2014. kiírás

Pályázati kiírás

A Magyar Public Relations Szövetség (MPRSZ) ismét meghirdeti szakmai díját, amelynek névadója Sándor Imre (1933-2007), a hazai kommunikációs iparág egyik elméleti megalapozója, professzor emeritus, a Corvinus Egyetem Média, Marketingkommunikáció és Telekommunikáció Tanszékének korábbi vezetője.

A díj a szakmai zsűri által legjobbnak ítélt pályázatokat – hírnévmenedzsment munkákat és kampányokat – ismeri el anélkül, hogy a különböző pályamunkák között abszolút rangsor felállítására törekedne. A Magyar Public Relations Szövetség bízik abban, hogy ez a díj hozzájárul a public relations szakma, és különösen az ügynökségek munkájának elismertetéséhez, valamint a szakmai színvonal további növeléséhez.

Ki pályázhat?

Minden olyan, Magyarországon bejegyzett ügynökség és vállalat, amely a **2013. január 1. és 2014. június 31.** között a pályázati kiírásnak megfelelő munkát végzett.

A Szövetség nem fogad el politikai és/vagy pártokhoz kötődő kampányokat, valamint vallási tárgyú, vagy egyház(ak)hoz kötött pályamunkákat sem – kivéve a kifejezetten társadalmi jellegű, jótékonyági, katasztrófa-enyhítési, és kisebbségi felzárkóztató kommunikációs kampányokat.

Pályázható kategóriák

1. Hírnévmenedzsment

A pályázati időszakban, de minimum 6 hónapon keresztül az ügyfél, illetve saját szervezet számára végzett, több PR-szakterületre kiterjedő ügynökségi, ill. vállalaton belüli PR-tevékenység, amely mérhetően hozzájárul a vállalat/szervezet reputációjának javításához, a hírnév fejlesztéséhez, megőrzéséhez, az esetlegesen sérült hírnév helyreállításához. Az értékelésnél hangsúlyosan számít a megbízó szervezet, ill. a vállalat vezetésének nyújtott tanácsadói tevékenység tartalma. A pályázatok elbírálása során előnyt jelent az ügyfél, ill. a vállalat vezetésének pozitív értékelése a munkáról. (Amennyiben a pályázónak erre módja van, csatolja be az ügyfél, ill. a vállalat vezetésének véleményét, elismerő levelét, vagy nyilatkozatát.)

2. Kommunikációs kampány

Olyan, a pályázati időszakban végzett, időben egyértelműen behatárolható, mérhető eredménnyel rendelkező kommunikációs aktivitás, amely a PR-szakma klasszikus szakterületei közül legalább egyet azonosít, és módszertanában többféle megoldást is hasznosít (a sajtókapcsolatoktól a digitális kommunikáción keresztül a rendezvényszervezésig). Szükséges a kommunikációs aktivitás eredményeinek a bemutatása, valamint az értékelési/mérési metodika ismertetése is.

Iparági bontás

A pályázatok benyújtásakor, kérjük, jelöljék meg, hogy mely iparágba tartozó ügyfélnek, illetve vállalatnak végezték a nevezett munkát. A választható iparágak:

- Design, művészet
- Egészségügy
- Energiaipar
- Építőipar
- FMCG
- Ingatlan szektor
- Média és szórakozás
- Non-profit és civil szféra
- Pénzügy, bank és biztosítás
- Startup
- Szállítás, közlekedés
- Technológia
- Telekommunikáció és IT
- Turizmus és vendéglátás
- Egyéb

A Sándor Imre PR-Díj iparági kategóriáinként kerül kiosztásra.

A pályázatok tartalma

A pályázatokban az alábbi tartalmi egységeket kérjük elkülöníteni:

Hírnévmenedzsment:

1. Alaphelyzet bemutatása, kommunikációs kihívások
2. Célok, célcsoportok
3. Kommunikációs stratégia és üzenetek
4. A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök és időzítésük
5. Az ügynökség és az ügyfél, illetve a vállalat vezetése és a PR-team közötti kapcsolattartás menete, minősége, a tanácsadás tartalma
6. A kitűzött célok elérésének ügynökségi, illetve PR-team általi értékelése

Kommunikációs kampány:

1. Alaphelyzet bemutatása, kommunikációs kihívások
2. Célok, célcsoportok
3. Kommunikációs stratégia és üzenetek
4. A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök és időzítésük
5. A munka/kampány eredményének mérési módszerei és a ténylegesen elért eredmények bemutatása
6. A munka/kampány eredménye és a jövőbeni felhasználás/folytatási lehetőségek

A szakmai zsűri

A pályázatokat – mindkét kategóriában – elbíráló zsűri a Magyar Public Relations Szövetség elnökségének tagjaiból, valamint jogi tagjainak és a szakmédiák képviselőiből áll.

A zsűri elnöke:

Mayer Zsolt, a Magyar Public Relations Szövetség alelnöke

A zsűri tagja:

Bodó Teodóra, a Provident Pénzügyi Zrt. pr-vezetője

Egyházi Nikoletta, az E.ON Hungária Zrt. vállalati kommunikációs vezetője,

Román Balázs, a Kreatív főszerkesztője,

Török Diána, a Médiapiac főszerkesztője.

A zsűri értékelésének folyamata

A szakmai zsűri tagjai összesen 100 pontot adhatnak egy pályázatra:

- 5 – alább bemutatott – bírálati szempontra maximálisan 10 pontot adhatnak,
- a 4. és a 6. – alább bemutatott – bírálati szempontra maximálisan 25 pontot adhatnak.

A bírálást egyenként, online rendszerben zajlik, de a zsűri tagjai lehetőséget kapnak személyes egyeztetésre is. A 7 meghatározott bírálati szempont alapján az egy-egy pályázatra maximálisan adható pontszám összesen 100. Azon pályázók kerülnek shortlistre amelyek pályázatára adott pontszám eléri a 60-at. Azon pályázók nyerik el a Sándor Imre PR-Díjat, amelyek pályázatára adott összpontszám eléri a 80-at. A Sándor Imre díj fődíját minden kategóriában az a pályázat nyeri, melyre a zsűri tagjai a legmagasabb pontszámot adták.

A zsűri tagjai elfogultságot nyújtanak be minden olyan pályázat bírálásakor, amelyben bármilyen szempontból érintettek. Ilyen esetben a többi zsűritag által adott pontok átlagát számoljuk.

Az értékelés szempontjai

A szakmai zsűri az alábbi szempontok alapján bírálja el a pályázatokat:

1. Az ügynökség, illetve vállalati PR-team iparági ismerete és ezen ismeretek hasznosítása
2. A szakmai eszköztár kiválasztása, használatának egyensúlya
3. Az alaphelyzet és a kommunikációs kihívások meghatározása
4. A választott kommunikációs stratégia
5. Az üzenetek értelmezhetősége, hatékonysága, kommunikálhatósága
6. A kommunikációs eszközök minősége, aránya, a stratégia megvalósítása
7. Az ügynökségi, illetve vállalati PR-munka/kampány mérése és visszacsatolása, a mérési/értékelési metodika bemutatása

Nevezési díj

A nevezési díj mindkét kategóriában egységesen 40 000 Ft + ÁFA.

Azon ügynökségek, amelyek a Magyar Public Relations Szövetség ügynökségi tagjai, egy pályázatot nyújthatnak be INGYENESEN, a többi nevezésből pedig 50% engedményt kapnak.

A nevezési díjat a kategória megjelölésével a Magyar Public Relations Szövetség K&H 10402166-21629853-00000000 számú bankszámlájára kérjük átutalni a nevezéssel egy időben. (A cégek számlaigényüket jelezzék a MPRSZ titkárságának: titkarsag@mprsz.hu). A nevezési díj tartalmazza egy fő részvételét az ünnepélyes díjátadáson.

Időzítés

Jelentkezési határidő: 2014. október 31.

Eredményhirdetés: 2014. november

Technikai információ

A pályázat első oldalán kérjük feltüntetni az alábbi adatokat:

A pályázott kategória

Az ügyfél, illetve vállalat iparága

A pályázati anyag címe

A pályázott kommunikációs program személyi felelősei

Az ügynökség, illetve vállalat neve

Kontaktszemély, és annak elérhetőségi adatai

A pályázati anyagot kizárólag digitálisan kérjük benyújtani, ennek maximális mérete: 10 000 karakter, amely nem tartalmazhatja a mellékleteket. Ezeket külön kérjük leadni a titkarsag@mprsz.hu e-mail címre. A 10 000 karaktert meghaladó pályaműveket az MPRSZ kizárhatja az elbírálандók köréből.

A Magyar Public Relations Szövetség fenntartja magának a jogot, hogy amennyiben a szakmai zsűri egy adott kategóriában és iparágban egyetlen pályázatot sem értékel a Sándor Imre PR-díjra érdemesnek, akkor az adott kategóriában ne adja ki a díjat.

A pályázatot benyújtó szervezetek hozzájárulnak, hogy pályaműveiket az MPRSZ közvétegye honlapján.

Utolsó módosítás dátuma: 2014. október 28.