



## SÁNDOR IMRE PR-DÍJ 2015. 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.

A Sándor Imre PR-Díj pályázaton elért helyezések beleszámítanak a PR Toplistába.

### Ki pályázhat?

Minden olyan, Magyarországon bejegyzett ügynökség és vállalat, amely a 2014. június 31. és 2015. október 1. 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 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 között kapcsolattartás menete, minősége, a tanácsadás tartalma
6. A kitűzött célok elérésének ügynökségi 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:

R. Kovács Dániel, a Magyar Public Relations Szövetség elnökségi tagja, a Front Page Communications ügyvezetője

A zsűri tagjai:

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, ezen belül minden bírálati szempont alapján maximum 20 pontot adhatnak. A bírálat egyenként, online rendszerben zajlik, de a zsűri tagjai lehetőséget kapnak személyes egyeztetésre is. Az 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 Sándori 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. A szakmai eszköztár kiválasztása, használatának egyensúlyozása, iparági ismeretek és a választott kommunikációs stratégia
2. Az üzenetek értelmezhetősége, hatékonysága, kommunikálhatósága és kommunikálása
3. Újszerűség, egyéni látásmód, a megszokott kommunikációs keretek kitágítása
4. A munka alapossága, a megvalósítás gondossága és részletessége
5. Az eredmények bemutatása, a kampány / projekt hatása az ügyfél üzletmenetére

### **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 MagNet Bank 16200151-18522457 számú bankszámlájára kérjük átutalni a nevezéssel egy időben. (A cégek számlaigényüket jelezzék a MPRSZ titkárságának: [titkarsag@mprsz.hu](mailto:titkarsag@mprsz.hu)). A nevezési díj tartalmazza egy fő részvételét az ünnepélyes díjátadáson.



magyar  
public  
relations  
szövetség

## Időzítés

Jelentkezési határidő: 2015. október 31.

Eredményhirdetés: 2015. november

## Technikai információ

A pályázat első oldalán kérjük feltüntetni az alábbi adatokat:

A pályázott kategória

Az ügyfél iparága

A pályázati anyag címe

A pályázott kommunikációs program személyi felelősei

Az ügynökség neve

Kísérőlevélben kérjük megadni:

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](mailto: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. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatokat szerepeltessenek, amelyek közzétehetőek.

---

Hivatalos székhely: 1096 Budapest, Haller u. 40.

Levelezési cím: 1064 Budapest, Vörösmarty u. 47/A

[mprsz@mprsz.hu](mailto:mprsz@mprsz.hu); [titkarsag@mprsz.hu](mailto:titkarsag@mprsz.hu); [www.mprsz.hu](http://www.mprsz.hu); [www.facebook.com/mprsz](https://www.facebook.com/mprsz)