

SÁNDOR IMRE PR-DÍJ KIÍRÁS – 2018

Pályázati kiírás

A Magyar Public Relations szövetség (MPRSZ) 2018-ban is 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 – hírnévmenedzsmentmunkákat és kampányokat – ismeri el anélkül, hogy különböző pályamunkák között abszolút rangsor felállítására törekedne. A Magyar Public Relations Szövetség bízik abban, hogy ez a díj hozzájárul a public relations szakma elismertségének erősödéséhez, valamint a szakmai színvonal további növeléséhez.

A Sándor Imre PR-Díj pályázaton elért helyezések beleszámítanak a [Kreatív magazin által minden évben összeállított PR Toplista rangsorának meghatározásába](#). A Kreatív PR Toplistát a Magyar Public Relations Szövetség (MPRSZ) és a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ) pr-tagozatának szakmai támogatásával állítja össze. A Sándor Imre PR-Díjjal elérhető PR Toplista pontok ezen a [linken](#) érhetőek el.

Ki pályázhat?

Minden olyan, Magyarországon bejegyzett PR ügynökség és vállalat, amely 2017. szeptember 1. és 2018. szeptember 30. között a pályázati kiírásnak megfelelő munkát végzett.

Az MPRSZ 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, katasztrófakár-enyhítési, és kisebbségi felzárkóztató PR kommunikációs kampányokat.

Pályázható kategóriák

1. Hírnévmenedzsment

A pályázati kiírásban meghatározott 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 hozzájárult 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 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:

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

A pályázatok felépítése

A pályázatokban az alábbi egységeket kérjük elkülöníteni:

I. Általános információk

- Pályázó adatai
 - Cégnév
 - Székhely
 - Kapcsolattartó neve
 - Kapcsolattartó e-mail
 - Kapcsolattartó telefon
- Társpályázó (amennyiben van) cégneve (megnevezhető társpályázó is, de ebben az esetben is csak egy díj kerül kiadásra a társpályázó megnevezésével együtt)
- Pályázó/Társpályázó pályázati/munka aránya (%) a pályázatból (PR Toplista pontszámításhoz)
- Pályázat adatai
 - Pályázott kategória

- Iparág
- Pályázat címe
- A pályázott kommunikációs program személyi felelősei
- Megbízó neve
- Kampány kezdőidőpontja
- Kampány vége

II. Pályázat bemutatása

1. Alaphelyzet bemutatás, kommunikációs kihívások
2. Nyilatkozat arról, hogy a pályázatban szereplő alapötlet/konceptió a pályázó önálló szellemi terméke-e, vagy a megbízótól/más ügynökségtől származik-e (vagy pl. egy globális kampányra épül-e).
3. Célok, célcsoportok
4. Kommunikációs stratégia és üzenetek
5. A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök, és időzítésük
6. Az ügynökség és az ügyfél között kapcsolattartás menete, minősége, a tanácsadás tartalma
7. A munka/kampány eredményének mérési módszerei és ténylegesen elért eredmények bemutatása
8. A munka/kampány jövőbeni felhasználási/folytatási lehetőségei
9. A kitűzött célok elérésének ügynökségi értékelés

A zsűri

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

Felkérés alatt

A zsűri értékelésének folyamata

A szakmai zsűri tagjai összesen 100 pontot adhatnak egy pályázatra, ezen belül minden értékelési szempont alapján maximum 20 pontot adhatnak.

A bírálat egyenként, online rendszerben zajlik, de a zsűri tagjai lehetőséget kapnak személyes egyeztetésre is. A meghatározott bírálati szempont alapján az egy-egy pályázatra maximálisan adható pontszám összesen 100.

A zsűri által az értékelési folyamat során meghatározott pontszám feletti pályázat(ok) shortlistre kerül(nek), míg a zsűri a shortlist-re került pályázatok közül választja ki a díjazott pályaműve(ke)t.

A zsűri dönthet úgy, hogy a Sándor Imre PR-díj fődíjat (Grand Prix a PR Toplistán) is odaítéli egy-egy díjazott pályaműnek mindkét kategóriában.

A zsűri tagjai elfogultságot nyújtanak be minden olyan pályázat elbírálásakor, amelyben bármilyen szempontból érintettek. Ilyen esetben a többi zsűritag által adott pontok átlagát számoljuk, az elfogultságot jelentő zsűritag nem szavaz az adott pályázat értékelésekor.

Az értékelés szempontjai

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

1. Az alapkoncepció értékelése (amennyiben a pályázótól származik az), 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 alaposága, a megvalósítás gondossága és részletessége
5. Az eredmények bemutatása, a kampány/projekt hatása az ügyfél üzletmenetére

Nevezési díj

A nevezési díj mindkét kategóriában egységesen 45 000 Ft + ÁFA.

Kedvezmények (nem összevonhatóak):

- A 2. nevezés után a 3. nevezéstől pályázatonként 50% kedvezményt biztosítunk
- Azon ügynökségek, vállalatok és nem magánszemélyek amelyek a Magyar Public Relations Szövetség 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 egyidőben. (A cégek számlaigényüket jelezzék az MPRSZ titkárságának: titkarsag@mprsz.hu).

A nevezési díj tartalmazza két fő részvételét az ünnepélyes díjátadáson.

Időzítés

Pályázat kiírása: 2018. szeptember 4.

Jelentkezési határidő: 2018. október 12.

Eredményhirdetés: 2018. december

Technikai információk a pályázat benyújtásával kapcsolatban

Formai követelmények:

- A pályázati anyagot kizárólag digitálisan kérjük benyújtani
- Terjedelmi korlát: max. 10.000 karakter (szóközökkel együtt), amely nem tartalmazhatja a mellékleteket.
- Word vagy ppt formátumban (a mellékletek lehetnek ettől eltérőek)
- Mellékletek (elektronikus formában)

Beadás módja:

- Kísérőlevelében kérjük megadni: Kontaktszemély, és annak elérhetőségi adatai
- Több pályázat esetén érjük, azokat pályázatonként, egyesével elküldeni a titkarsag@mprsz.hu e-mail címre.
 - Az e-mail tárgyába kérjük megadni: Sándor Imre 2018 – ügynökség neve – kategória – pályázat címe

Egyéb:

- Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy a terjedelmi korlátot meghaladó, vagy nem a megadott felépítésben (Isd. korábban részletezett 9 pontból álló egység) beadott pályázatokat a versenyből kizárja.
- A zsűri fenntartja magának a jogot, hogy az egyes pályázatokat indoklás nélkül másik kategóriába sorolja át.
- Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy amennyiben a szakmai zsűri egy adott kategóriában egyetlen pályázatot sem értékeli a Sándor Imre PR-díjra, vagy fődíjra érdemesnek, akkor az adott kategóriában ne adja ki az adott díjat.
- A pályázatot benyújtó szervezetek hozzájárulnak, hogy pályaműveiket az MPRSZ honlapján közzé tegye. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatokat szerepeltessenek, amelyek nyilvánosak.