

## ELNÖKSÉGI ÜLÉS – JEGYZŐKÖNYV

**Megjelentek:** Sztaniszláv András (SzA), Bánhegyi Zsófia (BZs), Szányi Gabriella (SzG), Vidor Eszter (VE), Polgár Péter (PP), Pintér Dániel Gergely (PDG), Kádár Balázs (KB), Vas Dóra (VD), Lakatos-Báldy Zsuzsanna (LBZs), Durkó Sándor (DSL), Bertalan Erika (BE)

### 1. Napirendi pontok elfogadása – 5'

#### Megjegyzés:

##### 1. Operatív ügyek – 30'

- **Közgyűlés:** megtörtént, jól hangulatban telt, megtettük, amit a törvényesség kötelezett. Érdemes kitalálni, hogyan hívjuk fel informálisan a tagságot, hogy az első időpontra felesleges érkezni; vagy betenni ilyenkor valamilyen tájékoztató/networking programot
- **Ügyvéd:** jelentősen megugrik az ügyvédi díj a tisztújítások és a közgyűlés miatt; tanácsot az ügyvédtől épp ezért csak indokolt esetben és csak az elnök jóváhagyásával lehet kérni
- **Pénzügyek:** 1M Ft van a számlán, nincs kintlevőségünk és tartozásunk; de az első tagdíjak beérkezéséig semmilyen kiadást nem vállal az elnök.
- **Emailcim:** Siska Mátyás kiküldi mindenkinek újra a jelszót, január végéig mindenki rendezze vele és használja az mprsz-es címét.
- **Titkár:** Bertalan Erikát Földesi Veronika váltja, egyelőre napi 4 órában. További titkársági feladatok ellátására az elnök további erőforrást is igyekszik bevonni.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő
Az új titkár szintén napi 4 órában lesz, márciustól admin feladatokra juniort akar az elnök bevonni.	Priorizálni kell a titkásra jutó feladatokat. A tagozati aktivitások március, áprilisra tervezhetők.	Mindenki	

- **Székhely:** Sárosi Péter továbbra is vállalja, hogy a cégének a székhelye marad az MPRSZ bejelentett székhelye, a hivatalos iratok átvételéről és a titkárnak való eljuttatásról gondoskodik.
- **Sajtólista:** csatolva. Mindenki egészítse ki a javaslataival, hogy a titkárság innentől ezt a listát használhassa. Csak olyan nevek szerepeljenek rajta, akiknél biztos lábon áll a „jogos érdek”, hiszen beleegyezésük nélkül csak ezen az alapon kerülhet rá újságíró/szerkesztő.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő
Az EBA kommunikációját a VMKomm a saját listáján végzi majd. Ehhez kell majd egy szerződést/megállapodást aláírni a VMKomm és az MPRSZ között.	A sajtólistához a javaslatokat mindenki küldje meg a titkárságnak, vagy Andrásnak. A javaslattétel után lesz a lista összefésülve, és véglegesítve, onnantól ezt használja majd a Titkárság közlemények kiküldésére.	Mindenki, Titkárság	2020.01.24.
	VMKomm-MPRSZ szerződés	SzA - VE	2020.02.15

- **Sajtóközlemény:** a tervezetet a napokban kiküldjük az elnökségnek. Kérjük, a szövegbe javításokat, mert az elnökségi ülést követő napon ki fogjuk küldeni a hazai és nemzetközi sajtónak. Holnap 12:00-ig jöhetnek a kommentek.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő

Sajtóközleménybe a javaslatokat mindenki maga vezesse fel.	A sajtóközleményt pénteken ki kell küldeni.	Mindenki, Titkárság	2020.01.24.
--	---	---------------------	-------------

- **MRSZ megkeresés:** a csatolt file-okban szereplő táblázatot 2020.02.28-ig vissza kell küldenünk, de elég nehéz adatokkal feltölteni. Kérem, hogy az elnökségi ülésig mindenki írja össze a kérdéseit, illetve, hogy hogyan javasolja az adatokat begyűjteni.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő
Alapvető probléma az, hogy a válaszadást mire alapozzuk. A felmérés módszertana lehet körbekérdezés, illetve cégadatbázisból lekérés. Az utóbbi eleve számszerű adatahoz vezet, míg az előbbi kezelné az árnyaltságát is a piacnak (pl. integrált ügynökségek pr divíziói.)	Módszertant ki kell dolgozni, a felméréshez. Körkérdezt kell küldeni az ügynökségeknek. A legfontosabb meghatározni mi legyen a kérdés, hogy a legpontosabb válaszokat kapjuk. Hétfőig mindenki küldje el, mire gondol. A VM Komm vállalta a segítséget a cégadatbázis megoldásban, illetve az MPRSZ ügynökségein kívül VE ügynökségi kontaktjait is felajánlotta körkérés továbbítására. Ebből a kérdőívet és kísérszöveget összeállítani január végéig	PDG (módszertan), VE (céglista)	2020.01.27.
	Kérdőív kiküldése (beküldési határidő: 2020.02.14)	Titkárság	2020.01.31

- **Bajnokok megválasztása:** érdemes ebben megállapodni, hogy egyértelműen látszódnak a prior területek és azok felelősei. Az elmúlt elnökségi ülésen az alábbiak körvonalazódtak:
  - o **BZs:** rendezvények
  - o **SzG:** díjak
  - o **VE:** kommunikáció
  - o **PDG:** szakmafejlesztés
  - o **PP:** oktatási intézményekkel való kapcsolattartás
  - o **KB:**

## 2. Logó és arculat – 10'

A logótervet az elnökségi ülés előtt körbeküldjük. Az elnökségi ülésen a véleményeket egy körben meghallgatjuk. A logó bevezetésével kapcsolatos minden teendőt az elnök a titkárral és a project felelősével együtt intézi.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő
<p>A Brightly logótervei közül a Logo2_v2-t támogatta az elnökség legtöbb tagja. PDG nem a logóra alapozná az új arculatot, hanem a PR kifejezést fejből teljes mértékben össze próbálná kötni a Szövetséggel, ezért egy letisztultabb arculati tervet dolgozott ki.</p> <p>Szavazás: Logó2_v2 (kék) 6 támogatóval és 1 ellenszavazattal elfogadva.</p>	<p>A logó melletti feliratban más betűtípust kell találni. az arculatot tovább építeni tervezni.</p>	PP	2020.02.07.

### 3. Employer Branding Award – 5'

A mellékletben szerepel a díjjal kapcsolatos feladat-, költség- és időterv.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő
<p>BKIK szponzorációs szerződés előkészületei zajlanak.</p> <p>Költségvetés tekintetében támogató az elnök. Szándék a költségvetés tekintetében, hogy 1/3-os profittal menjenek a díjak. Ha a költségterv tartható, akkor legyen meg ez a 30%-os rés. Ne az egészet költsünk el. KB: 20%-ot hagyjunk csak meg a Szövetségnek.</p> <p>SZA: A Szövetségnek ne csak a tagdíj legyen a bevétele, hanem a projektjei is hozzanak pénzt. 30 százalékát igyekszünk megtartani, 1,4 milliót mindenképpen ráköltünk. Az állami intézményeket is megszólítjuk. Az állami vállalatok vállalati kategóriában jöhetnek, az intézmények kategóriában jöhetnek minisztériumok, önkormányzatok stb. Az idei évben a díj fejlesztése miatt a 20% profit elfogadható.</p>	<p>Február 3-án akarjuk meghirdetni. A kommunikációt a VMKomm vállalta.</p>	KB, VE	2020.02.03.

### 4. MPRSZ díjak – 20'

A mellékletben szerepel a díjakkal kapcsolatos, többekkel egyeztetett előterjesztés. A 2020-as tervezés érdekében a díjakról érdemes a koncepcióban egyetérteni (milyen „márkanévvel”, hány díjat tervezünk és mi a „narratíva” mögötte), valamint meghatározni, hogy az év során időben körülbelül mikor és körülbelül mekkora költségvetéssel tervezzük. Ezután SzG ki tudja dolgozni a részleteket. Fontos az is, hogy a szakmai szervezetek életében a díjak komoly bevételi forrást jelentenek a szervezet működéséhez, ezért olyan tervek elfogadását javaslom, ami legalább második alkalommal már profitábilis.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő
<p>Alapkérdés: megszüntetjük-e a Sándor Imre nevet, bevezetjük-e az Excellence nevet, összevonjuk-e a díjakat egy ernyő alá. Ha új díjat vezetünk be a Kreatív a PR toplistáról leveszi.</p> <p>Szavazás: PR Excellence Hungary Award lesz, ahogy SZG előterjesztette.</p> <p>Vállalati kommunikációs vezetők behívása zsűrinek kockázatos, a Prizmán tapasztaltak miatt. Az MPRSz semmiképp ne értékeljen a zsűriben.</p> <p>SZG A Prizma előtt szeretne az időzítést. 3 db díj: Év PR szakembere, Év Diákja, Az Év életmű díja</p> <p>PP a díjak ügyintézésében operatív segítséget ajánlott fel.</p> <p>Nevezési díjak: Prizma mínusz 20 százalék, 40.000 Ft+áfa a nevezési díj, diákoknak pedig ingyen. Tavasszal meghirdetve: szeptember 30 határidő, októberben átadás. Megszavazva.</p>	<p>A kiírás javaslat a februári ülésre, és a technikai részleteket ki kéne dolgozni, illetve a nemzetközi zsűri bevonását is át kell gondolni, illetve társszakmák képviselőit megtervezni, a zsűrizésbe bevonni.</p> <p>PDG még etikusság szempontjából szólna hozzá a témához, azt szeretné, hogy a díjaink értéket képviseljenek, iránymutatást adjanak más díjakhoz képest, lévén szakmai díjak.</p> <p>4 elnökségi tag (SzG, PDG, PP, SzA) leül a következő két hétben és megbeszéljük az operatív teendőket is.</p> <p>Budget: többet kell költeni a tervezettnél, márciusban visszastérni a többi részlettel.</p>	SZG,	2020.02.03. 2020.03.09.

#### 5. Költségvetés, tagdíjak – 10'

Csatolva egy költségvetés körvonala. Szerepelnek benne az előző évek beszámolóiból kiszűrhető adatok, de a beszámolók nem voltak konzekvensek a bevételek és a költségek csoportosításában, így az adatok ebben a formában nehezen összehasonlíthatók. Fontosabb tényezők a javaslatban:

- A tagsági díj emelését javaslom: egyéni 24.000Ft-ra (40db) // ügynökségi 100.000Ft-ra (30db) /vállalati 300.000Ft-os marad. (20db). Ez, mintegy 10M Ft bevételt jelentene.

Megjegyzés	Feladat	Felelős	Határidő
<p>A tagdíjak emelésével mindenki egyet ért, azonban más szempontokat vesznek figyelembe az elnökségi tagok. PDG az arányosítást látja fontosnak (vállalati tag 5 fő kap a szolgáltatásból, ügynökségi tag 3 fő kap a szolgáltatásból, akkor ez az arány jelen meg a díjazásban.) KB szerint az árbevételek határozza meg a díjak mértékét, lehetne sávós elosztás. VE szerint figyelni kell a lélektani határokra is.</p> <p>Az egyéni tagdíjat az elnök kivételével senki nem akarja emelni.</p> <p>A szavazás végeredménye:  egyéni tagdíj: 12 ezer Ft/év  Ügynökségi tagdíj: 79 ezer Ft/év  Vállalati tagdíj: 350 ezer Ft/év</p>	<p>Az elkövetkező héten menjen ki egy level a tagdíjbekérőkkel a Titkárság részéről, egy kedvcsináló levéllel.</p>	SZA, BE	2020.01.31.

- A kiemelt projekteknek (nagyobb rendezvény, díj, tréning) nem elég önfenntartónak lenni, profitot kell termelniük; és néhány (pl kulturális kiadvány, szakkönyv) projektet szakmafejlesztés céljából vállalunk veszteségesen;
- A tagozatok és az etikai bizottság önálló költségvetéssel rendelkeznek;

- A jelentősebb operatív költségek között szerepel a titkársági HR keret, a kommunikációra szánt költségek, valamint az akkreditáció tervezésére szánt 1M Ft összeg.
- Az így tervezett költségvetés 18M Ft körüli bevétel mellett 4M Ft körüli eredménnyel számol, de fontos megjegyezni, hogy az aktivitási tervünkben szereplő rengeteg tételhez (pl: nagyobb rendezvények, tendereztetési eljárás, tagi szolgáltatások, tagozatok pontos munkaterv, pályázati pénzek) nincs még költségvetés csatolva.

A hiányzó tételek tervezése alapján a költségvetést javaslom a februári elnökségi ülésen véglegesíteni.

#### **6. Következő időpontok, közgyűlés időpontja – 5'**

Javaslat: elnökségi ülések minden hónap első hétfőjén legyenek, 17-18.30 között. Napirendre azok a javaslatok kerülnek, amikhez az elnökségi ülés előtt legalább 8 nappal írásos javaslat (összefoglaló, költség- és időterv, döntési javaslat) érkezik. A többi témát az egyebek között tárgyalja az elnökség, ha marad rá idő.

Tehát:

- február 3,
- március 9,
- április 6,
- május 4,
- június 8,
- szeptember 7,
- október 5,
- november 9,
- december 7 (karácsonyi vacsora).
- Az éves közgyűlés javasolt időpontja: 2020.05.18. hétfő

**Employer Branding Award 2019**  
Alapinformációk itt: [www.employerbrandingaward.hu](http://www.employerbrandingaward.hu)

**Kategóriák:**

1. KKV, 2. Nagyvállalati, 3. Állami Intézmény
1. EB kampány 2019, 2. EB stratégia 2019

**Résztvevők:**

Vállalati kommunikációs és HR döntéshozók (kb. 140 fő), vállalati kommunikációs és HR osztályok, állami intézmények HR és/vagy kommunikációs vezetői

**Felépítés:**

Pre kommunikáció – Pályázati kiírás – Pályázati beadás – Zsűrizés- Díjátadó gála - Post kommunikáció

**Nevezési díj:**

65.000 Ft+Áfa, javasolt emelés 75.000 Ft+Áfa

**Személyi feltételek:**

- Szervezői operatív segítség-minimum Erika
- PR ügynökségi támogatás (VM COM)

(Eddig a szervezést teljes egészében Kádár Balázs és Bertalan Erika végezte. Mivel nagyon sok a szervezési teendő, ezért plusz kapacitás bevonása volna indokolt.)

**Budget:**

A díj bőven önfenntartó! A budget a pályázati díjából befolyt bevétel összessége: kb. 2.000.000 Ft+Áfa. A célom az, hogy mivel a díj önfenntartó, ezért a nevezésből befolyt összeget egy az egyben a díj lebonyolítására, a díjátadó színvonalának fejlesztésére lehessen fordítani, hiszen az esemény az MPRSZ reputációját emeli minden fórumon. Amennyiben nem érkezne be a fenti bevétel, úgy a teljes, színvonalas lebonyolításhoz minimum 1.350.000 Ft+Áfa szükséges.

**Budget tartalma:**

- Díjátadó teremdíj+catering
- Honlap update
- Díjak csináltatása
- Pre és post kommunikáció (Social Media boost)
- Zsűri ajándék

**Médiapartnerek:**

Kreatív, HRPWR, HR Portal, Piac & Profit, Marketing & Media, Mediapiac (kizárólag felületeket adnak, pénzt nem) – egyéb szakmai támogatókat is szívesen fogadunk.

**Együttműködő partner:** A BKIK-val szeretnék szerződést kötni, mert hírleveikben nagyon sok céghez tudnák eljuttatni a pályázati felhívást, több hullámban

**Szponzorok:**

Egyelőre nincsen, de nyitottság lenne rá akár kategóriánként is. Lehetőség szerint vállalati oldalról.

**Időzítés:**

- Meghirdetés: 2020. február 1.
- Pályázati határidő: 2020. március 15. (opcionálisan március 30-ig meghosszabbítható)
- Zsűrizés: március vége, április eleje. Legkésőbb április 10-ig
- Díjátadó gála: április vége, május eleje
- Post kommunikáció: díjátadó gála után

**Konferencia:**

A nyári szabadságok előtt vagy szeptember elején a győztes pályázatok bemutatása. Eddig a Kreatív-val csináltuk. Teljes egészében ők szervezték és mi adtuk a pályázó előadókat. A teljes bevétel a Kreatívé volt. 2020-ban nyitottság lenne más együttműködő partnerrel csinálni win-win alapon. Javaslatokat várjuk.

## MPRSZ DÍJAK KONCEPCIÓJAVASLAT

### Magyar PR Szövetség Díj, mint ernyőmárka

**PR Excellence Award** vagy **PR Cum Laude** ernyődíj, ezen belül kategóriák:

1. **PR Hungary Díj vagy PR Pályamű Díj** (megbízók pályázhatnak). 20-25 díjat adjunk évente. A Prizma-díj rengeteg alkategóriát hirdet meg minél több pályázat reményében, de az MPRSZ nem a Prizma-díj versenytársa akar lenni, itt mi szakmai koncepciókat szeretnénk összevetni, amiket nem szükséges alkategóriákba sorolni.
2. **Fenntarthatósági Díj** (tevékenységért adott, odaítélt díj, ügynökség és megbízó is pályázhat) – 2021-ben indítható.
3. **PR Életmű Díj** (csak személy pályázhat vagy jelölhető. Szempontok: oktatási eredmények, publikációs tevékenység, társadalmi szerepvállalás, stb.) – 1,2 vagy maximum 3 díjat adjunk évente.
4. **Diplomamunka Díj** (diákoknak tárgyevre vonatkozó diplomamunkával pályázható) – Több kategóriában lehet pályázni: Legjobb Idegennyelvű Diplomamunka vagy a Legjobb Közösségi Média Diplomamunka vagy a Legjobb Kampány Diplomamunka, stb.

- **Employer Branding Award** egyelőre külön díjként futna, mert bevezetett márkanév, saját jól működő arculattal és honlappal, szinte teljesen eltérő célcsoportokkal. Első körben megnézzük, hogy az ernyő működik-e más díjak esetén, mennyire eredményes stb. Ha az ernyő alatt a díjak nem egyforma intenzitással és magas minőségben lesznek megvalósítva vagy akár egyik-másik elhal egy idő után, akkor az rongálná a már meglévő és termelő díj(ak) presztízsét. 2021 végén javasolt az ernyő működés kiértékelése és csak ennek fényében az EBA esetleges integrálása.

2020-ban lehet elég lenne három témában díjat adni (PR Pályamű, PR Életmű Díj és Diplomamunka), mert az EBA-val együtt az már négy lenne és nem kellene tovább aprózni a pályázók erőforrásait. A CSR Hungary Díj amúgy is elég húzos a piacon, aminek díjátadója decemberben zajlott le.

- **Top10 PR Ügynökség – csak ügynökségek jelölhetők**  
Szövetségektől kellene szakmai zsűritagot kérni (Magyar Marketing Szövetség, MAKSZ, Magyar Szóvivők Szövetsége, Magyar Reklám Szövetség, Önszabályzó Reklám Testület, Magyar Újságírók Szövetsége, PR-t oktató intézmények képviselőiből 1-2 fő, + MPRSZ elnökök reggelijének résztvevői közül.) Ezzel gesztust is gyakorolnánk a szakmai szövetségek fele, hiszen az új elnök célja a feljűk való nyitás, szakmai kooperáció. Egy nagyon széles grémiumot kell rá összehívni, hogy minél kisebb legyen a támadási felület. 2021-ig eltolnánk, munkacsoport kell projektvezetővel, timinggal, szempontrendszerrel (árbevétel, profit, PR kampányok száma, CSR szemlélet, hatékonyság -mekkora apparátussal éri el a teljesítményt), ez utóbbi kidolgozása a legfontosabb. Önmagában, hogy bejelentjük a TOP10 ügynökséget az csak egy közlemény, így a PR Excellence Award díjátadójával kellene összekötni. **Kérdés: Össze kell e kötni, mert ez megint eggyel több aktivitás lehetne, ha nem. Ha összekötöd, akkor elsikkad a hírérték.**
- **Employer Branding Award új kategóriával bővül a Public Affairs Tagozattal együttműködve:**  
Állami intézmények kategória (stratégia és kampány pályázatokkal): Kormányzat (Miniszterelnökség, minisztériumok és háttérintézményeik), Hatóságok (NAV, NFH, GVH, stb.), Kormányzati háttérintézmények (HIPA, egyéb gazdasági intézmények stb.), Kormányhivatalok és háttérintézményeik, Önkormányzatok és háttérintézményeik, Bíróságok, Állami költségvetésből működő/állami feladatokat (is) ellátó szövetségek/Szervek (pl. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara, BKIK, Magyar Turisztikai Hivatal stb.).
- **Díjak átadása:**  
**Kérdés: Egyszerre hirdetnénk meg és adnánk át vagy három különböző időpontban?** Ha külön, az nagyobb hírverést jelent és az adott témának nagyobb figyelmet, ha egyben az viszont költséghatékonyabbá és kevésbé erőforrás-igényessé tenné a szervezést, viszont így

az ernyőmárka is értelmét nyerné. Ha pedig egyben tartanánk, akkor mindenképpen a Prizma előtt 2-4 héttel.

- **Nevezési díj:**

Kategóriánként Kreatív Prizma Díj 49-59.000 + Áfa díjai - 20%, azaz 40.000 Ft + Áfa/kategória (első évben). Diplomamunka esetén: 7000 Ft +Áfa.

- **Személyi feltételek:**

Szervezői operatív feladatok ellátása (tagozati titkár). Mivel az EB díjon kívül 2020-ban 3 díj szervezése lenne a feladat, így az operatív feladatok ellátáshoz plusz erőforrásra lesz szükség.

PR ügynökség támogatás szükséges

Munkacsoport felállítása szükséges a tagjainkból

- **Budget:** Ha legalább 50 pályázat érkezik be normál kategóriákra, akkor 2.000.000 Ft a bevétel. Employer Branding díj esetén 2.000.000 Ft+Áfa (összes EB nevezési díjból befolyó összeg) a szükséges keret igény, ami alapján PR Hungary Díj vagy PR Pályamű Díj esetén lenne minimum 1.000.000 Ft + Áfa, az Életmű Díj és Diplomamunka Díj egy kisebb költségvetésű díjak lennének (3-300.000 Ft + áfa) így összesen 1.600.000 Ft + Áfa a díjak várható költségvetése.

- **Budget tartalma:**

Díjátadó teremdíj+catering

Honlap update

Díjak és oklevelek készítése, ehhez grafikai munka

Fizetett hirdetés (Social Media)

Fotós

Zsúri ajándék



**Művészeti kommunikáció:** Erről a témáról egyeztettem Szőke Katával és Kádár Balázssal és arra jutottunk, hogy konkrétan a kortárs képzőművészetre szeretnénk koncentrálni a következőképpen:

- Kortárs művészek, galériák, aukciósházak, múzeumok, művészeti vásárok esetében vizsgáljuk, hogy milyen figyelemre méltó kommunikációs kampányok/tevékenységek voltak náluk 2019-ben. Ezzel létrejön egy kompakt, nagyjából 15 jó gyakorlatot röviden bemutató gyűjtemény, ami inspirációul szolgálhat hazai művészeti, design területen működő személyeknek és szervezeteknek.
- Konkrét kritériumokat határozunk meg, ami alapján bemutatunk egy-egy jó gyakorlatot (táblázatos formában), amiket képekkel is tervezünk illusztrálni.
- A kéziratot nagyjából készre tervezzük hozni június 15-ig, teljesen véglegesre szeptember 1-ig.
- Az elkészült anyag nyilvánosságra hozása: szeptember 15., ami után október 15-én kerekasztalbeszélgetést szerveznénk, mivel október végén esedékes az Art Market Budapest a legnagyobb témába vágó hazai rendezvény.
- Cél: minden évben publikálni az előző év jó gyakorlataiból egy ilyen kompakt, kommunikációra fókuszáló anyagot, ez segíthet a tagtoborzásban és akár egy művészeti tagozat felállításában is középtávon.

**Döntés:** Egyetért-e az elnökség a fenti tevékenységekkel és célokkal?

## MPRSZ szakkönyv - Hírnévmenedzsmet könyv

négy nyomdától kértünk árajánlatokat, mely alapján az alábbi 3(+1) irány kristályosodik ki. Minden azon múlik, hogy lesz e ember a projekt menedzsmenjtjére (ha én szerkesztek, arra tuti nem marad kapacitásom), be tudunk e vonni szponzorokat, minden szerző magáénak érzi-e a promóciót, stb. Ez ugyanis one man show-ként nem működhet, kell rá kampányt építeni, kiküldeni szaksajtónak, egyetemeknek. A fő kérdés tehát a kapacitás, utána jönnek csak az anyagi konstrukciók.

- Kontaktprint nyomda: 600db esetén 800K + ÁFA, 1000db esetén 930K + ÁFA. Ehhez jön hozzá nagyjából 200K ha keménykötetést tervezünk + lektor (3-500K) + borítóterv, grafika (megoldjuk okosba:) + könyvterv (betűtípus, stb. 300K) + tördelés, szerkesztés. Érdemes elgondolkozni a kéthasábos-kétnyelvű elrendezésen, úgy a fordító költsége még intenzívebben megdobja az árakat. Ergó, ez alsóhangon a fordító nélkül circa kétmilliót kiadást jelent, mely azonban ha hirdetőként támogatják az MPRSZ-ben lévő cégek, könnyedén visszajöhet. Ennek bevett ára 150-200K/logó. Így tudunk fizetni a szerzőknek, a mi kezünkben van a promóció és disztribúció + a jogdíjak, tehát ha jó cuccot írunk, ez vélhetően nemcsak hamar megtérül, de bevétel is hoz. A minőségbiztosítás érdekében a szerkesztő (én) továbbra is egyes témákra felkér egyes szerzőket és kőkemény review process van, nincsenek alanyi jogon való elvárások....
- V-Tesa nyomda: 600példány: 2300Huf/db, 1000példány esetén 1620 ft per darab. (300 oldallal, 4+4 színnel számolva, műnyomással, zsugorfóliázva).A disztribúció, bevezető kampány, ajánlások, jogdíjak és az egész hóbelevanc itt is ránk hárul, viszont az is, hogy mennyi hasznot tudunk kihozni belőle. Itt nagyban múlik a siker a szerzők összefogásán + Erika - vagy utódjának - személyén.
- Akadémiai Kiadó: "A szerzők számától függően a díjazás nem fix honorárium, hanem árbevétel után royalty, mivel ez nem túl nagy összeg, érdemes átgondolni azt, hogy ezt az összeget a szerzőket összefogó ún. külső szerkesztő kapja, tehát az, aki átnézi a szerzői szövegeket, és a végleges kéziratot leadja nekem. Innen indulhat az anyanyelvi szerkesztés, tördelés, korrektúra, borító, nyomda, terjesztés. Ez a teljes kiadói folyamat. A digitális kiadáshoz nem szükséges külső forrás, ebben az esetben minden költséget a kiadó áll.Print esetén 400 000 Ft+áfa külső forrásra van szükség. Ezt szerződés alapján hozzájárulás kiadói tevékenységhez címen számlázzuk ki. Ellentételezéseként a támogató nevét és logóját fel tudjuk tüntetni az impresszumoldalon, kb. 1,5 cm-es méretben (magasság), vagy a könyv végén egyoldalú fekete-fehér hirdetést tudunk biztosítani, a nyomdai pdf-et a hirdetőtől kérjük. A kivitelezés: fekete-fehér belív, B5 méret, kartonált kötés, színes borító.A szerkesztés és a tördelés az ún. publish one program (<https://www.publishone.nl/>) segítségével történik. Ez azért is jó, mert a szerkesztés során felmerülő kérdéseket és kéréseket maga a szerző (vagy a szerzőket összefogó külső szerkesztő) tudja javítani. A példányszám: 300. Szükség esetén, azaz ha fogy a könyv, az utánnyomásról a kiadó gondoskodik. Ha úgy látod, beleférhet a kötet a kiadó Marketing szakkönyvtárába, akkor szívesen egyeztetem ezt, ha nem, természetesen megjelenhet önállóan is, nem a sorozat részeként." Konklúzió: relatíve baromi olcsón kiadják, viszont kb az összes bevételről elesünk, a szerzők ne is álmodjanak honoráriumról. Cserébe nívós és mindent összeraknak nekünk.
- +1 a korrektség jegyében megemlítem, hogy ha a tagok, elnökség nem érzi magáénak a projektet/nincs rá kapacitása, pénze, gondolkodom rajta, hogy a 3-mas konstrukcióban megírom én magam az egészset (alig több munka mint a projektet lemenedzselni), mellyel kapcsolatban szintén fel tudom ajánlani, hogy ha az MPRSZ megtámogatja, behozom alá a "dicsőséget" is, feltüntetem a logót, felkérek MPRSZ-es szakikat ajánlókat írni és úgy általában a kommunikációban expliciten jelzem, hogy ez MPRSZ-es támogatással, know how-ból jött létre.
- Megj.: bármelyiket is választjuk, Sárosi Péter és a Public Press mindenben készséggel segít, szerintem éljünk vele köszönettel.

## Employer Branding Tagozat 2020

### A tagozat célkitűzései:

- A jó munkáltatói márkaépítési gyakorlatok, megoldások bemutatás és megosztása a szakmai körrel
- A kommunikációs és HR szakma közelítése - párbeszéd
- A két szakterület működésének kölcsönös megismerése, megértése és az együttműködés erősítése employer branding kapcsán - edukáció

### Program/Tematika:

Minden ülés alkalmával 2 vállalati jó gyakorlat bemutatása, a kihívások megosztása egymással, problémák őszinte kibeszélése, melyekre a résztvevők támogató javaslatokat hozhatnak. A tematika mindig az adott ülés előtt kerül meghatározásra.

### Rendszeresség:

Az ülések 2 havi rendszerességgel történnek

### Szervezés:

Tagozatvezető szervezi, egyéb erőforrásigény nincsen

### Költségvetés/Budget:

Pénzügyi erőforrásigény nincs, mert nem kerül pénzbe, csak a tagozatvezető munkájába.

## Kríziskomm Tagozat:

- két meetupot tervezek, egyet tavaszra és egyet őszre. Az első témája az öko-krízisek kezelése, megelőzése és kommunikációja (nekem van egy fasza előadásom a témában, de szeretném meghívni Dominus Ákost is a Szigettől, illetve további előadójavaslatot is szívesen veszek), az őszi témáját valami aktualitás adná: itt szeretnék igényfelmérést csinálni a tagozaton és az elnökségen belül is. Erre a szokásos 2\*50K-s budget elég lesz. Örömmel bevonnám a promócióba a Media 2.0-t, ezért cserébe csak a logó feltüntetését kérjük, de igyekszem allokálni hozzá event-designert, fotóst, hírlevelet, stb. A bevétel természetesen az MPRSZ-é.
- Egynapos kríziskommunikációs és menedzsment képzés, vezetői tréning: erre kiindulásnak 400K-t lőnék be, mely tartalmazza szűkösen az előadói díjakat, a cateringet és a helyszínt. Exklúzívan áraznám, tehát min. 50K körül külsőknek 30 körül tagoknak, ez pedig 8-12 fővel már bőven visszahozná az árát. Május vagy október magasságában bonyolítanám, addigra sokminden letisztul.
- +1 nagyon szívesen segítené a tagozat mindazon tagozatvezetők munkáját (pl, Szányi Gabi, Public Affairs), ahol tematikai overlap van és ahova bevonnak minket (konferencia-szervezés, kutatás, állásfoglalás, stb.) ott szívesen segítünk bármilyen kezdeményezést. Ezt csak azért tartom fontosnak nyomatékosítani, mert jó lenne a tagozatok között megteremteni a transzparenciát (pl. event and activity-calendar, hogy ne csússzanak egybe a dolgok). Én speciel a korábbi, lehatárolt, szeparált működésmód helyett egy konstruktívabb, a szinergiákat jobban kiaknázó működésmódot javaslok.
- Ha lement a januári elnökségi ülés és a fentiekről mind döntöttünk, összehívom a tagozatot, újráválasztunk elnököt és bemutatom az új elnökség terveit. Szívesen elmondom nekik személyesen mindazt, amit az átfogó képből fontosnak tartasz, ehhez azonban szükségem lesz egy frissített taglistára.

•