



Регламент на PR Приз 2018

А. Конкурсни категории

I. Конкурсни категории:

1. Корпоративна комуникационна кампания

Стратегическа комуникационна кампания за постигане на бизнес цели, за изграждане на корпоративен образ и управление на корпоративна репутация.

2. Кампания за устойчиво развитие/ корпоративна социална отговорност

Кампания за корпоративна социална отговорност/ устойчиво развитие на организация от бизнес сектора, предназначена за утвърждаване на ценности и/или защита на обществено полезна кауза и иницирана от бизнес организация.

3. Комуникационен проект в неправителствения сектор

Кампания на организация от неправителствения сектор, иницирана от неправителствена или благотворителна организация за утвърждаването на значими ценности и/или защитаваща обществено полезна кауза.

4. Комуникационен проект в публичния сектор

Кампания, организирана от институция или организация от публичния сектор, успешно използвала комуникационни инструменти за представяне на дейността си пред публиките и/или за популяризиране на отделни проекти с обществена значимост.

5. Зелени комуникации и градска среда

Кампания или проект, реализирана от бизнес или нестопанска организация, насочена към подобряването на околната и/или на градската среда.

6. Проект за вътрешни комуникации

Комуникационна кампания или проект, насочени към вътрешните публики на дадена организация, институция или компания.

7. Комуникационен проект за продукт или услуга

PR кампания за представяне на нов или съществуващ продукт или услуга на българския пазар.

8. Специално събитие

Специално събитие като елемент от комуникационна стратегия или предмет на самостоятелна програма. В категорията може да участват също събития, които са част от кампании, участващи в друга категория на конкурса.

9. Комуникационен проект на медия

Кампания за представянето на медии и/или представяне на конкретен техен проект пред целевите публики. Всички проекти на медии са задължени да кандидатстват в категория „Комуникационен проект на медия“, а журито ще прецени каква награда да даде на тези проекти и към коя от останалите категории да ги причисли.

10. Кризисни комуникации

Реализация на програма или проект по кризисен PR и решаване на комуникационни проблеми.

11. Дигитална кампания или проект

PR кампания или част от комуникационна кампания, реализирана в интернет среда, използваща всички възможности, предоставени от интернет, за постигане на зададените цели и резултати.

12. Комуникационна кампания за работодателска марка/ Employer Branding

Кампания за изграждане на работодателска марка и утвърждаване на организацията като добър работодател сред вътрешни и външни за нея публики.

13. Имиджмейкинг

Кампания за изграждане на персонален имидж и управление на персонална репутация. В тази категория могат да бъдат представяни и проекти за изграждане на образ на политик или политическа партия.

14. Комуникационна агенция на годината (специална категория)

Отличава постиженията на комуникационни агенции по отношение на реализирани изключителни комуникационни кампании за клиенти и за утвърждаването на собствената им репутация; вече постигнати успехи, удостоени с признанието на общността; политики и реализирани успехи в привличането и развитието на служители; развитие на бизнеса им, привличане на нови и развитие на отношенията с клиенти. Оценката в тази категория се повлиява от оценките на проектите, представени в другите категории на конкурса.

15. Вътрешен комуникационен отдел на годината (специална категория)

Отличава постиженията на вътрешни комуникационни отдели по отношение на реализирани изключителни комуникационни кампании, самостоятелно или с подкрепата на комуникационни агенции; вече постигнати успехи, удостоени с признанието на общността; политики и реализирани успехи в привличането и развитието на служители; положително развитие на публичния образ на организацията, към която принадлежат. Оценката в тази категория се повлиява от

оценките на проектите, представени в другите категории на конкурса.

16. Студентски комуникационен проект

Отличава работата на бъдещите комуникационни специалисти. В категорията може да се включат студенти по PR, реклама, маркетинг или друга подходяща специалност след втори 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.

II. Специални награди

Българско дружество за връзки с обществеността си запазва правото да даде специални награди извън традиционните конкурсни категории.

Б. Условия за участие в PR Приз 2018

1. В конкурса могат да участват вътрешни комуникационни отдели, комуникационни агенции, PR отдели на рекламни агенции и специалисти на свободна практика по комуникации, PR, реклама и маркетинг, работещи на територията на Република България.
2. Всяка кампания или проект, изпратена за участие, трябва да бъде планирана и осъществена през 2017 година и завършена не по-късно от края на месец януари на настоящата 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 периодът 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

5.1.1. За стандартните конкурсни категории описанието на проекта включва представяне, съобразно критериите за оценка:

- Проведени изследвания и проучвания (до 300 знака с разстоянията)
- Стратегия и планиране (до 600 знака с разстоянията)
- Цели и публики (до 400 знака с разстоянията)
- Тактики и изпълнение (до 1500 знака с разстоянията)

- Бюджет и ограничения (до 300 знака с разстоянията)
- Постигнати резултати (до 500 знака с разстоянията)
- Резюме на проекта на английски език (до 1000 знака с разстоянията)

5.1.2. За специалните конкурсни категории („Комуникационна агенция на годината“ и „Вътрешен комуникационен отдел на годината“) описанието включва представяне, съобразно критериите за оценка:

- Ситуационен анализ (до 300 знака с разстоянията)
- Стратегия и планове за развитие (до 600 знака с разстоянията)
- Значими кампании и проекти (до 1200 знака с разстоянията)
- Резултати и постижения (до 300 знака с разстоянията)
- Екип (до 600 знака с разстоянията)
- Клиенти и стратегически партньори (до 600 знака с разстоянията)
- Резюме на проекта на английски език (до 1000 знака с разстоянията)

5.2. **Резюме на проекта на английски език** (до 1000 знака с разстоянията)

5.3. **Писмено разрешение** за участие в конкурса от поръчителя на проекта. Удостоверява съгласието на поръчителя за участие на реализирания проект в конкурса PR Приз 2018.

5.4. **Попълнена заявка за участие** - Заявката може да бъде попълнена в електронната форма за регистрация в сайта на БДВО - bdvo.org, в секция PR Приз 2018.

5.5. **Копие от платежен документ** за внесена такса за участие. Членовете на БДВО, които заплащат преференциална такса, трябва да приложат и копие от документ за платен членски внос за 2018 г.

5.6. **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 да бъдат приложени в електронен вид във формата за регистрация.

6. **Формат на документите.** Проектите се представят в електронен формат, чрез регистрационната форма, както следва:

- Описание на проекта на български език (т. 5.1.) и резюме на проекта на английски език (т. 5.2.). Ако кандидатите намерят за необходимо

могат да представят и допълнителни материали за проекта (т. 5.5).

- Сканирано копие от останалите необходими за кандидатстване документи (разрешение на поръчителя, платежен документ).

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.

7.4. БДВО си запазва правото да представи проектите в своето информационно издание PРактики или други комуникационни канали на организацията.

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 PР Приз 2018 г.

8.2. Проектите ще бъдат приемани в периода **14 февруари – 18 април 2018 г.** вкл. по електронен път /чрез прилагане на файловете към заявката/ на сайта на БДВО: <http://bdvo.org>.

Срокът се удължава до 28 април включително.

8.3. До участие в конкурса ще бъдат допуснати единствено проектите, които отговарят на условията за участие в конкурса.

8.4. Проектите ще бъдат оценявани на два етапа:

- Предварителното журиране ще се проведе в периода **18 април – 6 май 2018 г.** Тогава журито ще оценява проектите по първите два критерия за оценяване.
- Публично представяне на кампаниите пред журито ще се проведе на **11, 12 и 13 май 2018 г.** Кандидатите ще бъдат уведомени по мейл за графика на презентиране, не по-късно от 3 работни дни предварително. Представянето на проектите следва да бъде направено в рамките на 10 минути, като презентирацията отговаря и на въпроси на журито, при възникнали такива.

8.5. Връчването на наградите ще бъде направено на специална церемония на **22 май 2018 г.** в София.

9. **Жури**

Членовете на журито притежават висока квалификация и опит в областта на комуникациите, PR, медии, маркетингови комуникации, други сродни области и фундаментални дисциплини. Те нямат право на участие в конкурса 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.

10. **Такса за участие**

- 10.1. Редовната такса за участие на проект в конкурса PR Приз 2018 е 275 лв.;
- 10.2. Организации, чиито служители членуват в БДВО и са платили членския си внос за 2018 г., ползват преференциална такса за участие в размер на 225 лв. Платеният членски внос трябва да се удостовери с копие от платежен документ;
- 10.3. Организации, които подават заявки за участие в категорията „Кампания за устойчиво развитие/ корпоративна социална отговорност” и „Комуникационен проект в неправителствения сектор” ползват преференциална такса за участие – 175 лв.;¹
- 10.4. Студенти, които подават заявки за участие в категория „Студентски комуникационен проект” не заплащат такса за участие;
- 10.5. Всеки втори кандидатстващ проект от една организация, ползва отстъпка от таксата за участие в размер на 10 %;
- 10.6. Всеки трети и следващ кандидатстващ проект от дадена агенция/организация, ползва отстъпка върху таксата за участие в размер на 20 %;
- 10.7. Таксата се заплаща в български лева по банков път по сметката на БДВО, както следва:

Юробанк България (Пощенска банка)

BIC: BPBIBGSF

IBAN: BG05 BPBI 7940 1076 0532 01

Основание: Такса за участие в конкурса
PR Приз 2018

¹ Таксата в категорията е стандартна и не се начисляват допълнителни отстъпки.