



## Регламент на PR Приз 2014

### **А. Конкурсни категории**

#### **I. Редовни конкурсни категории:**

##### **1. Корпоративна PR кампания**

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

##### **2. CSR – бизнес сектор**

Социално отговорна PR кампания на организация от бизнес сектора: предназначена за утвърждаване на ценности и/или защита на обществено полезна кауза и иницирана от бизнес организация.

##### **3. CSR – нестопански сектор**

Социално отговорна PR кампания на организация от нестопанския сектор: иницирана от неправителствени или благотворителни организации за утвърждаването на значими ценности и/или защитаваща обществено полезна кауза.

##### **4. PR проект в публичния сектор**

Кампания, организирана от институция или организация от публичния сектор, успешно използвала PR инструментите за комуникиране на дейността си пред публиките и/или за популяризиране на отделни проекти, осъществени от институцията.

##### **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. PR проект за вътрешни комуникации**

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

##### **7. PR проект за продукт или услуга**

PR кампания за представяне на нов или съществуващ продукт или услуга на пазара.

##### **8. Специално събитие**

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

##### **9. PR 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 „PR кампания на медия“, а журито ще прецени каква награда да даде на тези проекти и към коя от останалите категории да ги причисли.



## 10. Кризисен PR

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

## 11. Онлайн 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. Имиджмейкинг

Кампания за изграждане на персонален имидж и управление на персонална репутация.

## 13. Политически PR

Кампания, проведена за политическа партия, организация и/ или политик.

## II. Специална конкурсна категория

### PR на студентски проект

Тази награда отличава работата на бъдещите PR специалисти. В категорията може да се включат студенти по PR 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.

## III. Специални награди

Българско дружество за връзки с обществеността има възможност да даде специални награди извън конкурсните категории на PR Приз 2013.

## **Б. Условия за участие в PR Приз 2014**

1. В конкурса могат да участват вътрешни PR отдели, PR агенции, PR отдели на рекламни агенции и специалисти по PR и маркетинг, работещи на територията на Република България.
2. Всяка кампания или проект, изпратена за участие, трябва да бъде планирана и осъществена през 2013 година и завършена не по-късно от края на месец февруари тази 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.** Подробен документ, описващ в детайли проекта. Презентацията трябва да бъде структурирана съобразно критериите за оценка и да съдържа представяне на проведените изследвания и проучвания, стратегията, целите, задачите, публиките, планиране и тактики, бюджет и ограничения, постигнати резултати. Проектът трябва да бъде представен в Word формат с обем не повече от 4 стандартни страници. Описанието се представя на български и на английски език.
  - 5.2. **Писмено разрешение** за участие в конкурса от поръчителя на проекта. Удостоверява съгласието на поръчителя за участие на реализирания проект в конкурса PR Приз 2013.
  - 5.3. **Попълнена заявка за участие** - заявката за участие може да бъде получена от всеки, заявил своето желание за участие на e-mail [office@bdvo.org](mailto:office@bdvo.org). Заявката може да бъде изтеглена от сайта на наградите [www.prpriz.info](http://www.prpriz.info).
  - 5.4. **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 2014 г.
  - 5.5. **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.
  - 5.6. Допълнителните материали трябва да бъдат приложени в електронен вид, на CD или DVD.
6. **Формат на документите.** Проектите се представят на електронен носител, както следва:
    - Описание на проекта на български език и описание на проекта на английски език (т. 5.1.) Ако кандидатите намерят за необходимо могат да представят и допълнителни материали за проекта на същия диск (т. 5.5).
    - Сканирано копие от останалите необходими за кандидатстване документи (заявка за участие, 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.
  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 PR Приз 2014 г.



8.2. Проектите ще бъдат приемани в периода 7 май – 6 юни вкл. на адрес: София 1618, бул България 110, сграда А, вх А ет. 2, ап. 13, тел. 02 489 80 43.

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:

- Журиране ще се проведе в периода 09 юни – 18 юни 2014 г. Тогава журито ще оценява проектите по първите три критерии за оценяване.
- Публично представяне на кампаниите пред журито ще се проведе на 21 и 22 юни 2014 г., събота и неделя. Кандидатите ще бъдат уведомени по мейл за часа и мястото на презентирание, не по-късно от 18 юни 2014 г., сряда. 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. Обявяването на наградите ще бъде направено на специална церемония на 26 юни 2014 г. в София. Победителите в конкурса ще бъдат наградени по време на церемонията.

## 9. Жури

Членовете на журито притежават висока квалификация и опит в областта на 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 2013 е 250 лв.;

10.2. Организации, чиито служители членуват в БДВО и са платили членския си внос за 2013 г., ползват преференциална такса за участие в размер на 200 лв. Платеният членски внос трябва да се докаже с копие от платежен документ;

10.3. Организации, които подават заявки за участие в категорията „Социално отговорна PR кампания на организация от бизнес сектора“ и „Социално отговорна PR кампания на организации от нестопанския сектор“ ползват преференциална такса за участие – 150 лв.;

10.4. Студенти, които подават заявки за участие в категория „PR на студентски проект“ не заплащат такса за участие;

10.5. Всеки втори кандидатстващ проект от дадена агенция/ организация, ползва намаление на таксата за участие в размер на 10 %;

10.6. Всеки трети и следващ кандидатстващ проект от дадена агенция/организация, ползва намаление 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**

**Такса за участие в конкурса PR Приз 2014**



## **V. Критерии за оценка**

Проектите ще бъдат оценявани на база на постиженията в няколко аспекта:

### **V.1. Изследване и планиране – 20% от общата оценка**

Анализ на ситуацията и нуждите, ясно поставени задачи, начин на определяне на целевите публики и предизвикателствата.

Проектът ще бъде оценяван на базата на следните критерии:

- Ясно идентифициране на потребностите и задачите на проекта
- Подход и методи за анализ на изходната ситуация
- Начин на дефиниране на целевите групи, анализ на характеристиките и потребностите им
- Ясна стратегия за достигане на целевите групи и осъществяване на целите на проекта
- Творчески подход при определяне на стратегията и избора на комуникационни средства и канали
- Измеримост на заложените цели
- Анализ на съществуващите ограничения и рискове за осъществяване на проекта

### **V.2. Реализация на проекта – 35% от общата оценка**

Иновации, творчество, избор на PR инструменти, управление на човешките и финансови ресурси; адекватност на информационните и творчески материали на проекта; качество на реализацията.

Проектът ще бъде оценяван на базата на следните критерии:

- Ефективност и последователност в осъществяването на проекта
- Творчество и нетрадиционен подход в реализирането на проекта
- Адекватност на информационните и творческите материали за проекта
- Съответствие на избраните тактики на поставените цели на проекта
- Съответствие на избраните тактики на спецификите на целевите групи

### **V.3. Постигнати резултати – 25% от общата оценка**

Постигнати цели, подход за отчитане на кампанията и измерване на резултатите, въздействие на програмата върху целевите групи

Проектът ще бъде оценяван, на базата на следните критерии:

- Изчерпателност на инструментите за измерване на резултатите на проекта
- Провеждане на оценка на кампанията
- Измерване на ефекта на програмата върху целевите групи и съответствие на постигнатите резултати с поставените цели
- Финансова ефективност на кампанията

### **V.4. Презентация на проекта – 20% от общата оценка**



Яснота, убедителност и творчество при представяне на проекта, оценката се дава на етапа на публичното представяне на проектите;

Проектът ще бъде оценяван на базата на следните критерии:

- Осигуряване на ясна, структурирана и изчерпателна информация за проекта
- Убедително и аргументирано представяне на проекта и отговори на зададените въпроси по време на публичното представяне