

PRiZnanje je konkurs kojim Društvo Srbije za odnose s javnošću (DSOJ) promovira profesionalne uzore i pomeranje granica u teoriji i praksi, sa ciljem dostizanja najviših standarda i razvoja profesije odnosa s javnošću.

Tradicionalni godišnji **PRijem** je jedinstven događaj na kome se predstavljaju i nagrađuju najbolji radovi **PR** profesionalaca iz prethodne godine. Istovremeno, **PRijem** je mesto i povod za razmenu iskustava i predstavljanje istinskih vrednosti u profesionalnim komunikacijama.

Najuspešnije iz oblasti odnosa s javnošću, dobitnike **PRiZnanja**, bira stručni Žiri, koji čine ugledni profesionalci, istaknuti pojedinci, predstavnici kompanija, agencija i univerziteta.

SASTAV STRUČNOG ŽIRIJA – PRiZnanje 2013



Aleksandra Savić,
načelnik odeljenja za
edukaciju, komunikaciju
i marketing,
Prirodnački muzej
Beograd



Milica Marković,
stručnjak za marketing
komunikacije u
digitalnim medijima,
Telekom Srbija a.d.



Docent dr Danijela
Lalić, Univerzitet u
Novom Sadu, Fakultet
tehničkih nauka



Dragan Varagić,
potpredsednik,
InternetGroup d.o.o



Jelena Šarenac
direktor za
korporativne
komunikacije, Henkel
Srbija



Marijeta Lazor, izvršni
direktor za integrisane
marketing
komunikacije,
Novosadski sajam



Mr Momčilo Cebalović,
savetnik za izdavačku
delatnost u Sektoru za
odnose s javnošću, JP
EPS



Nataša Kuzmanovski,
direktor direkcije
korporativnog
identiteta i
komunikacija, UniCredit
Bank Srbija



Rajka Šinik-Vulić,
menadžer za
korporativne
komunikacije, Banca
Intesa a.d. Beograd



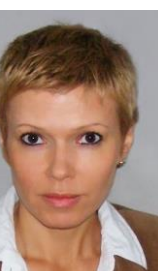
Sanja Burg, menadžer
digitalnih i
korporativnih
komunikacija, L'Oréal
Balkan d.o.o.



Dr Slavica Cicvarić
Kostić, docent
Univerzitet u Beogradu,
FON, Katedra za
marketing menadžment
i odnose s javnošću



Sonja Konakov-
Svirčev, samostalna
stručna saradnica
društveno odgovornog
poslovanje, Erste
Banka a.d.



Tanja Tatomirović,
PR & Citizenship
Lead za Srbiju i Crnu
Goru, Microsoft



Zoran Stanojević,
urednik emisije Oko,
Radio televizija Srbije

I KATEGORIJE

PRiZnanje, godišnja nagrada DSOJ-a, dodeljuje se u sledećim kategorijama:

GLAVNA PRIZNANJA

1. Korporativne komunikacije

Nagrađuju se aktivnosti, kampanje, radovi i projekti iz oblasti korporativnih komunikacija koji imaju za cilj da razviju svest o postojanju i poslovanju organizacije među odabranim ključnim javnostima i koji jačaju njenu reputaciju, nezavisno od vrste i oblika vlasništva (npr. privatna, javna preduzeća).

Ova nagrada dodeljuje se u dve kategorije, prema zvaničnoj kategorizaciji iz Registra privrednih subjekata Srbije:

- a. Srednja i mala preduzeća
- b. Velika preduzeća.

2. Interne komunikacije

U ovoj kategoriji predstavljaju se aktivnosti čiji je cilj unapređenje komunikacije sa zaposlenima, angažovanje zaposlenih na promovisanju vrednosti organizacije, interno obaveštavanje i edukovanje o glavnim temama koje se tiču razvoja, komunikacione aktivnosti sprovedene pre i posle spajanja s drugim kompanijama ili tokom značajnih reorganizacija, inicijative da se zaposleni motivišu, inspirišu i zadrže, ali i interni časopisi ili novine, druge interne publikacije ili veb-stranice usmerene na zaposlene. Prijave moraju da pokažu efikasnost interne komunikacije i način na koji su odnosi s javnošću odigrali ulogu u njenom uspehu.

3. Brend PR

U pitanju su PR projekti osmišljeni da uspešno iskomuniciraju brend kompanije, proizvoda ili usluga, bilo da je u pitanju lansiranje ili promocija već postojećih. Dolaze u obzir brendiranje i rebrendiranje kampanje, radovi i projekti u kojima su suština i vrednosti određenog brenda predstavljeni na inovativan, efektan i uspešan način, zatim i radovi koji jasno opisuju kako su ciljne javnosti prihvatile brend, zahvaljujući opisanim naporima i PR aktivnostima.

4. PR komunikacija u integrisanim kampanjama

Za ovu kategoriju mogu se prijaviti kampanje koje ilustruju uspešne integrisane komunikacije sa težnjom ostvarivanja projektovanih ciljeva. To su projekti koji efikasno

objedinjuju marketing (oglašavanje, TVC, OOH, BTL, direktan marketing, brend i trejd...) i PR aktivnosti (npr. eksterna i interna komunikacija, planiranje i organizacija seminara, okruglih stolova, debata, konferencija za medije, zatim blogovi, interni magazini, saopštenja, izjave i intervjui...).

Žiri ocenjuje odnos marketinških i komunikacijskih PR aktivnosti i posebno broj, raznovrsnost i uspešnost PR alata koji su upotrebljeni.

5. Komunikacija društveno odgovornih projekata

U ovoj kategoriji treba prikazati komunikacionu strategiju, program ili projekat kroz koji se javnostima predstavlja društvena odgovornost organizacije.

Uspešan i kreativan je onaj komunikacijski program koji ističe ulogu kompanije i njenu posvećenost lokalnoj zajednici, zatim projekti koji su osmišljeni da podrže korporativne vrednosti koje su u vezi sa društvenom zajednicom, društvenim i etičkim pitanjima i pitanjima koja se odnose na reputaciju. Ovde spadaju i izveštavanje o korporativnoj društvenoj odgovornosti, partnerstva i projekti usmereni na razvoj lokalne zajednice u kojoj kompanija posluje.

6. Komunikacije u neprofitnom sektoru

Aktivnosti iz oblasti odnosa s javnošću koje preduzimaju organizacije građanskog društva ili neprofitne organizacije – kampanje, radovi i projekti za prikupljanje sredstava i programi u cilju podizanja svesti ili dobijanja podrške javnosti ili posebnih interesnih grupa. Prijava treba da pokaže ulogu odnosa s javnošću u ostvarivanju rezultata.

7. Krizne komunikacije

Ova kategorija se odnosi na programe koji se bave neplaniranim događajima koji zahtevaju brz odgovor i ilustruju uspešno upravljanje kriznim situacijama: od povlačenja proizvoda do neadekvatnog ponašanja zaposlenih, tragičnih slučajeva ili kriznih situacija u kojima je ugrožena bezbednost ili zdravlje građana, odnosi s medijima u tim slučajevima uz visok nivo inicijative, kao i odgovori tokom ili nakon tužbe ili incidenta.

8. Upotreba digitalnih medija i novih tehnologija u komunikaciji

Pobednik u ovoj kategoriji mora da pokaže kreativnost u korišćenju digitalnih medija i/ili novih tehnologija, kojima je unapređena komunikacija i interaktivnost sa eksternim ili internim ciljnim javnostima kroz publikacije, viralni video, widget ili mobilnu aplikaciju, itd. Uzima se u obzir i inovativna i efektna upotreba različitih tehnologija koje za cilj imaju interaktivnu komunikaciju.

9. PR agencija godine

PRIznanje za najbolju agenciju godine dodeljuje se agenciji za odnose s javnošću koja ima najviše projekata među finalistima. Ukoliko dve ili više agencija imaju isti broj projekata finalista, PRIznanje za agenciju godine dodeljuje se agenciji sa najvišom ukupnom prosečnom ocenom.

Ova nagrada, prema broju zaposlenih, dodeljuje se u dve kategorije:

- a. Male i srednje agencije (manje od 15 zaposlenih u PR agenciji ili PR delu agencije)
- b. Velike agencije (15 i više zaposlenih).

POSEBNA PRIZNANJA

1. Izuzetan lični doprinos u oblasti komunikacija

DSOJ želi da izdvoji one pojedince koji su tokom svoje karijere, a posebno u godini izbora, značajno doprineli razvoju profesije. U konkurenciji za ovu nagradu su pojedinci koji su doprineli unapređenju obrazovanja u oblasti odnosa s javnošću ili stručnjaci koji su tokom karijere izuzetno doprineli praksi.

2. Nagrada za najbolji akademski rad „Dr Dragutin Vračar“

Specijalno PRIznanje za akademski rad „Dr Dragutin Vračar“ nosi naziv po prvom profesoru Odnosa s javnošću. Zahvaljujući njemu, ova oblast počela je da se izučava na redovnim i poslediplomskim studijama Univerziteta u Beogradu. Ovo PRIznanje dodeljuje se studentima za izuzetna dostignuća, ostvarena tokom studiranja isključivo na nekom od univerziteta u Srbiji. Nagrade se dodeljuju za radove u sledećim kategorijama iz oblasti odnosa s javnošću:

- a. Najbolji diplomski rad;
- b. Najbolji master rad;
- c. Najbolji specijalistički rad;
- d. Najbolji magistarski rad;
- e. Najbolji doktorski rad.

Ovi radovi mogu biti nagrađeni isključivo ukoliko su pisani u okviru i za potrebe studiranja Odnosa s javnošću na univerzitetima u Srbiji.

3. Komunikator godine

Specifičnost ove kategorije je u tome da kandidate predlažu članovi DSOJ (uz obrazloženje do 1.000 karaktera), a Žiri bira i glasa između pet kandidata s najviše pristiglih predloga članova DSOJ. Komunikator godine ne mora biti osoba iz struke. To je

osoba koja se ističe izuzetnom komunikacijom i koja je na pozitivan način obeležila prethodnu godinu.

Napomena: Žiri može da uvede novu kategoriju posebnog PRiZnanja, kao i da jedno ili više posebnih PRiZnanja dodeli kompaniji, ustanovi, udruženju ili pojedincu koji se nisu kandidovali, niti prijavili svoj rad.

II PRIJAVLJIVANJE

Pravo učešća na konkursu imaju pojedinci, grupe, kompanije, agencije, javne i neprofitne institucije i druge organizacije koje posluju u Srbiji i čije su komunikacione aktivnosti rezultat domaćeg znanja i stručnosti. DSOJ garantuje ravnopravan pristup pri prijavljivanju i objektivnu primenu kriterijuma pri ocenjivanju radova. Nagrade se dodeljuju nosiocima projekta naznačenim u pobedničkoj Prijavi.

OPŠTI USLOVI PRIJAVLJIVANJA RADOVA

1. Prijave se moraju odnositi na aktivnosti, projekte ili godišnje programe koji su realizovani u periodu **od 01.01.2012. do 31.12.2012.** Ukoliko se radi o projektima koji traju duže od navedenog perioda, treba prikazati celokupni projekat s posebnim osvrtom na realizaciju i efekte u navedenom periodu.
2. **Kotizacija** po pojedinačnoj prijavi u svim kategorijama iznosi 7.000 dinara i podrazumeva istovremeno i jednu kotizaciju na svečanom PRijemu. Uplaćuje se na račun DSOJ-a:
160-127612-02 Banca Intesa ili 340-0000011003522-16 Erste Banka.
Svrha plaćanja: PRijava na konkurs za dodelu PRiZnanja
Kotizacija se ne naplaćuje za kategorije – Nagrada za akademski rad „Dr Dragutin Vračar” i kategorije za koje se dodeljuje PRiZnanje bez prethodnog prijavljivanja radova (pogledati broj 10).
3. **Rok za dostavljanje Prijava** je 20. april 2013. godine do 17.00 sati.
4. Isti rad može da konkuriše u **više kategorija**. U tom slučaju, svaka PRijava će se tretirati kao posebna i kao takva mora imati svoj formular i potvrdu o uplaćenju kotizaciji.
5. **Žiri zadržava pravo da**, nakon razmatranja, PRijavu preusmeri u drugu kategoriju za koju smatra da je adekvatna, ali je dužan da o tome obavesti podnosiocima prijavljenog rada i dobije saglasnost.

6. **Prijavljeni radovi** moraju biti u skladu sa svim relevantnim profesionalnim, etičkim i pravnim zahtevima. Klijenti unapred moraju biti obavješteni o PRIjavama koje imaju veze s njima i njihovim poslovanjem. Sastavni deo ovakvih PRIjava mora biti i **pismena saglasnost Klijenta**.
7. DSOJ zadržava pravo da prijavljene radove objavi kao **primer dobre prakse**.
8. Svi kriterijumi i **finalne ocene** radova prijavljenih po kategorijama dostupni su javnosti.
9. Prijavljivanje radova je elektronsko, a sekretaru Društva **dostavljaju se potvrde o kotizaciji i saglasnosti klijenata** mejlom, na adresu drustvo@pr.org.rs. **Nepotpune PRIjave**, PRIjave koje ne stignu na vreme ili koje nisu poslate u obliku i formatu predviđenim Konkursom, biće proglašene nevažećim.
10. Kategorije za koje se dodeljuju PriZnanja **bez prethodnog prijavljivanja radova** su PR agencija godine, Izuzetan lični doprinos u oblasti komunikacija i Komunikator godine.

III SADRŽAJ PRIJAVE

PRIjave se podnose u ime kompanije, klijenta, organizacije, projekta ili pojedinca. Svaka PRIjava mora da sadrži:

1. **Popunjeni formular** koji je prilog Konkursa, može se pronaći na veb-sajtu DSOJ-a (http://pr.org.rs/?page_id=5210&lang=lat). Naziv kategorije za koju se rad prijavljuje, ime podnosioca prijave, ime klijenta i ostali obavezni elementi moraju biti jasno naznačeni i popunjeni u odgovarajućim poljima.
2. **Opis projekta**/programa – Word doc. (ili PDF), ne više od dve strane i ukupno 3.600 karaktera, sa obaveznim elementima:
 - Analiza situacije;
 - Ciljevi;
 - Strategija;
 - Način izvođenja (taktike i tehnike komunikacije, aktivnosti i vremenski raspored);
 - Učinak i način evaluacije: efekti kampanje u odnosu na postavljene ciljeve;
 - Kreativnost i inovativnost – doprinos koji čini komunikaciju posebnom.
3. **Propratni materijal**
 - može da sadrži najviše dva (2) priloga; ukoliko je jedan od njih prezentacija, ona ne sme biti duža od 6 slajdova, zajedno sa naslovnim u PDF formatu;
 - prezentacija može da sadrži tekst, grafikone, fotografije, medijske objave i sl;

- video zapis (do 5 minuta) može biti propratni materijal, pri čemu se u propisano mesto za prilog u Formularu za Prijavu upisuje link za video materijal (npr. link sa YouTube-a);
 - propratni materijal nije obavezan i ne sme da prelazi 5MB.
4. Sastavni deo PRijave su i **(a) potvrda o plaćenju kotizaciji i (b) saglasnost Klijenta**, koje je potrebno poslati na mejl Društva drustvo@pr.org.rs.

POSEBNI USLOVI PRIJAVLJIVANJA

1. U kategoriji za izuzetan lični doprinos oblasti komunikacija kandidati se mogu prijaviti na više načina:
- a. Kandidat lično podnosi PRijavu (kotizacija obavezna);
 - b. Kandidata prijavljuje druga organizacija ili pojedinac (kotizacija obavezna);
 - c. Kandidata predlažu članovi Žirija do roka koji je u Konkursu propisan za sve kategorije ili članovi Upravnog odbora DSOJ.

Pored formulara, PRijava treba da sadrži opis i obrazloženje kandidature do 1.000 reči otkucanih u Word dokumentu i prebačeni u PDF.

2. Prijavljivanje radova u kategoriji za najbolji akademski rad „Dr Dragutin Vračar” podrazumeva:

- Popunjeni formular koji je prilog ovog dokumenta, a koji se može pronaći na veb-sajtu DSOJ-a (http://pr.org.rs/?page_id=5210&lang=lat). Formular treba da sadrži jasno naznačenu kategoriju rada, ime podnosioca prijave i ostale obavezne elemente;
- Kratak opis rada, do 1.000 reči;
- Pismenu preporuku mentora (dostavlja se uz PRijavu);
- Pored standardne PRijave, kandidati treba da dostave i integralnu verziju rada.