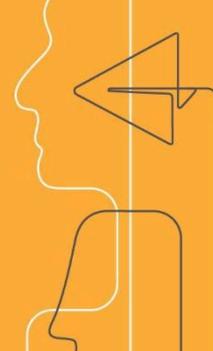


# ПОЛОЖЕНИЕ О ПРЕМИИ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРЕМИЯ ПО КОММУНИКАЦИЯМ  
PROBA AWARDS



## ПОЛОЖЕНИЕ О КОНКУРСЕ

### СОДЕРЖАНИЕ

#### **О КОНКУРСЕ**

2

#### **КАЛЕНДАРЬ ПРЕМИИ PROBA AWARDS 2023**

3

#### **УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ**

4

#### **Оплата регистрационного взноса**

4

#### **НОМИНАЦИИ ПРЕМИИ**

5

#### **БЛОК «БИЗНЕС»:**

5

#### **БЛОК «ОБЩЕСТВО»**

6

#### **БЛОК «ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ»**

7

#### **БЛОК «ВЫСШИЕ ДОСТИЖЕНИЯ»**

8

#### **ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ЗАЯВОК**

9

#### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПРОЕКТОВ**

11



### О КОНКУРСЕ

Конкурс на получение премии в области связей с общественностью [PROBA AWARDS](#) учрежден Северо-Западным отделением Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО) в 2000 году. Ежегодно премией награждаются лучшие специалисты коммуникационной отрасли, компании и проекты. Участие в конкурсе предоставит уникальную возможность заявить о себе профессиональному сообществу, пообщаться с ведущими специалистами в области связей с общественностью, рекламы, маркетинга и представителями научного сообщества.

**Главная цель премии** — поиск и поддержка выдающихся проектов и признание лучших специалистов в сфере коммуникаций.

#### **Основные задачи:**

- Популяризация деятельности специалистов по связям с общественностью, увеличение инвестиционной привлекательности отрасли.
- Совершенствование стандартов работы в коммуникационной и маркетинговой среде.
- Формирование критериев профессионализма в области связей с общественностью.

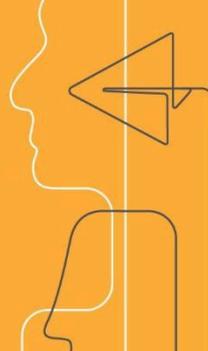
**Миссия Премии** заключается в повышении уровня стандартов профессии PR-специалиста, коммуникатора, рекламиста.

**Организаторы** ежегодной Премии Proba Awards:

- Коммуникационное агентство [SPN Communications](#).
- Партнер конкурса – [Государственный Эрмитаж](#).

**Главными принципами** Премии Proba Awards являются:

1. Открытость информации;
2. Обеспечение обратной связи для участников Премии;
3. Высокий уровень профессиональной экспертизы;
4. Обеспечение здоровой конкуренции среди участников Премии;
5. Исключение возможности столкновения интересов при оценке конкурсных работ.



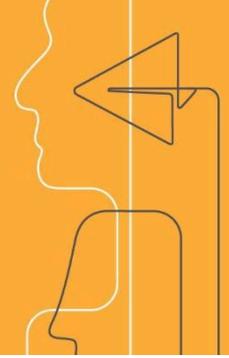
**КАЛЕНДАРЬ ПРЕМИИ PROBA AWARDS 2023**

Прием заявок	Оплата заявок	Сроки подачи материалов	Стоимость участия без НДС, руб. 1 заявка	Стоимость участия без НДС, руб. От 3-х заявок
<i>Ранняя подача</i>	с 24 января по 1 марта	До 1 марта включительно	20 000	18 000
<i>Основная регистрация</i>	с 2 марта по 15 мая	До 15 мая включительно	25 500	23 000
<i>Поздняя подача</i>	с 16 мая по 15 июня	До 15 июня включительно	32 000	28 000
<i>Итоговая подача</i>	с 16 июня по 18 августа	До 18 августа включительно	40 000	36 000

\*Организационный комитет премии оставляет за собой право продления приема конкурсных заявок и работ.

**\*\*В 2023 году организационным комитетом принято решение о продлении периода приема заявок в срок до 4 августа включительно.**

МЕРОПРИЯТИЕ	СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ 2023 г.
Брифинг экспертного совета премии	18 августа
Первый этап оценки жюри, формирование лонг-листа конкурсантов	21 августа - 3 сентября
Второй этап оценки жюри, определение финалистов	7 сентября
Объявление финалистов конкурса (шорт-лист)	10 сентября
Очная защита номинации «Специалиста года» в рамках форума по коммуникациям <a href="#">Baltic Weekend</a>	21 сентября
Очное заседание жюри в г. Санкт-Петербург в рамках форума по коммуникациям <a href="#">Baltic Weekend</a>	21 сентября
Церемония награждения победителей премии Proba Awards 2023	21 сентября



## УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ

В конкурсе имеют право участвовать авторские коллективы государственных, коммерческих, общественно-политических и других институтов и структур, а также специалисты по связям с общественностью (лично).

Проекты, представленные на конкурс, должны быть выполнены в период с **1 января 2022 года по 1 июня 2023 года либо на стадии реализации (если проект уже достиг значимых результатов)**

Организаторы конкурса имеют право использовать описание проекта и ссылки на его авторов, заказчиков и содержание в целях продвижения конкурса на сайте премии, в материалах СМИ и в других каналах, на усмотрение оргкомитета.

*\*Представление проекта на конкурс должно быть согласовано с клиентом.*

- Необходимо представить проект и его результаты строго в период с 1 января 2022 года по 1 июня 2023 года, допускаются проекты на стадии реализации с выдающимися результатами. Если же проект носит долгосрочный характер, то важно показать результаты, которыми вы располагаете на период вышеуказанного времени.
- Важно! дать понимание экспертному совету о ситуации на рынке в период реализации проекта, ввести в контекст, а также описать прогнозы на будущее. Это поможет жюри корректно оценить проекты.
- После закрытия периода «приема заявок» не допускается внесение изменений в заявки, добавление материалов.

*Проекты, включающие в себя полученные позднее или ранее заявленного в Положении периода результаты, подлежат немедленной дисквалификации.*

В случае несоответствия проекта принятым правилам оформления Организационный комитет вправе не допустить проект к участию в Премии с обязательным письменным оповещением участника о причинах.

**Оплата регистрационного взноса** производится в соответствии со сроками, указанными в «Календаре премии Proba Awards 2023».

Участники могут подавать проекты в неограниченное количество номинаций, уплатив регистрационный взнос за каждую подачу. **Один проект также может подаваться в несколько релевантных номинаций.** Регистрационный взнос уплачивается за один проект, поданный в одну номинацию. Если проект один, а номинаций несколько – взнос уплачивается за количество выбранных номинаций. Оплата осуществляется по удобной для участника форме: договор + счет/счет-оферта.



## НОМИНАЦИИ ПРЕМИИ

**БЛОК «БИЗНЕС»:** кампании, направленные на достижение бизнес-целей компании.

- ***Корпоративные коммуникации.***

Кампании по развитию и продвижению корпоративной репутации и культуры организации с помощью коммуникаций. Это проекты и программы, нацеленные на выстраивание репутации, создание и поддержание имиджа компании, в том числе формирование коммуникационных стратегий. Выстраивание эффективной коммуникации с государством, спонсорами и партнерами, СМИ, а также сотрудниками в зависимости от приоритетности задач и характера решаемой проблемы.

- ***Маркетинговые коммуникации.***

Кампании, подразумевающие PR, Event (B2C / B2B), брендинг и/или коммуникации по выводу нового продукта на рынок, отношения со СМИ и с потребителями.

Номинация может включать в себя:

- проекты мероприятий, направленных на продажу товаров или услуг, реализуемых для внешней целевой аудитории. Как правило, проекты в данной номинации реализуются с помощью различных средств и каналов коммуникации;
- характеристики и атрибуты бренда, изменения в фирменном стиле и дизайнерские решения, которые решают проблемы коммуникации с брендом;
- стратегические рекламные кампании, направленные на повышение узнаваемости бренда, влияние на общественное мнение, мотивирование аудитории на продажу товаров и услуг.

- ***Внутренние коммуникации.***

Кампании по развитию внутрикорпоративной культуры, по повышению HR-репутации компании с помощью коммуникационных инструментов. А также кампании, нацеленные на построение коммуникации между руководителями и подчиненными, оптимизация коммуникаций между подразделениями организации.



**БЛОК «ОБЩЕСТВО»:** кампании, направленные на достижение позитивных изменений в общественной жизни.

- ***Продвижение территорий.***

Кампании по продвижению страны, региона или города с помощью коммуникационных инструментов: работа со СМИ, создание специальных мероприятий, цифровые коммуникации и т.д. Кампании должны быть нацелены на политическое, социальное, туристическое, коммерческое, инвестиционное продвижение территорий различного уровня.

- ***Просвещение и образование общества.***

Государственные и частные проекты, направленные на повышение осведомленности общества об актуальных проблемах и распространение передовых знаний.

- ***Корпоративная социальная ответственность.***

Кампании, продвигающие проекты корпоративной социальной ответственности и одновременно повышающие осведомленность и репутацию организации за счет позиционирования организации как социально ответственной. Проекты могут быть ориентированы на несколько аудиторий и влиять на цену акций и лояльность клиентов, удержание и набор персонала, операционную эффективность и увеличение продаж. В данной номинации преимущественно участвует бизнес.

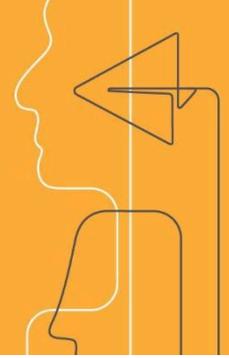
- ***Общественно значимые PR-кампании.***

Кампании, продвигающие государственные и общественные программы, нацеленные на улучшение жизни общества, построение коммуникации между бизнесом, обществом и государством. Кампании, продвигающие в большей степени госсектор, государственные проекты, либо бизнес-инициативы, которые в какой-то мере помогли обществу, смогли позитивно воздействовать на коммуникацию между субъектом PR и общественностью, сформировать и повысить лояльность общества.

В данной номинации участвуют государственные организации, некоммерческие организации и бизнес.

- ***PR в сфере устойчивого развития.***

Кампании, направленные на устойчивое развитие общества (ЦУР), осознанное использование ресурсов, не наносящее вред окружающей среде и обществу. Вовлечение общества в проблему и разъяснение способов ее решения через различные коммуникационные инструменты. Кампании, которые заметно повлияли на проблему изменения климата, экологический вопрос, позитивно изменили модели потребления



аудитории в сторону более экологичного, а также кампании, позитивно повлиявшие на жизни уязвимых или ущемленных с точки зрения прав и возможностей групп и сообществ людей.

**БЛОК «ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ»:** кампании по созданию корпоративных медиа, яркие проекты, демонстрирующие эффективное использование релевантных каналов коммуникации.

- *Корпоративные Медиа.*

Медиа, служащие для формирования корпоративной культуры организации, оптимизации коммуникации внутри компании: печатные медиа, онлайн, новые медиа.

- *Digital & Social Media.*

Кампании, демонстрирующие эффективное и креативное использование социальных сетей, инструментов цифровой коммуникации, новых медиа и вирусных кампаний.

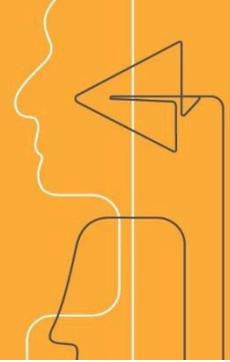
- *Media Relations.*

Кампании, которые показали впечатляющее использование и результаты в СМИ.

**БЛОК «УНИВЕРСИТЕТ»** - бесплатная номинация для практических и теоретических студенческих проектов.

- *Лауреат награды им. Дмитрия Солодовникова: Лучший теоретический коммуникационный проект.*

Проект или кампания, выполненные студентом или командой студентов, разработан в теории в рамках учебного процесса. Просим указать прогноз результатов и планируемые способы оценки эффективности проекта.



- ***Лауреат награды им. Дмитрия Солодовникова: Лучший практический коммуникационный проект.***

Проект или кампания, выполненные студентом или командой студентов, разработан и реализован в рамках учебного процесса.

**БЛОК «ВЫСШИЕ ДОСТИЖЕНИЯ».** Номинации «Creative Grand Prix» и «Effective Grand Prix» присуждаются среди проектов, попавших в шорт-лист.

- ***Creative Grand Prix.***

Проект или кампания с яркой идеей, уникальным творческим решением.

- ***Effective Grand Prix.***

Проект или кампания с максимально эффективным решением и наиболее четко выстроенной логикой проекта.

- ***Специалист года – номинация бесплатная.***

Эксперт в области общественных отношений, результаты работы которого послужили повышению значимости public relations.



## ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ЗАЯВОК

1. **Регистрация** на соискание Премии осуществляется заявителем самостоятельно на сайте <https://pr-proba.ru/>. Заявителю необходимо заполнить форму на сайте с указанием названия проекта и выбранной номинации. Также допустимым вариантом подачи заявки на конкурс является письмо на почтовый адрес: [info@pr-proba.ru](mailto:info@pr-proba.ru) с указанием названия проекта и выбранной номинации.

*\*Если же с вами связался менеджер проекта и пригласил к участию, то регистрацией заявки на Премию будет считаться ответ на письмо менеджера с указанием названия проекта и выбранных номинаций.*

2. После регистрации с Заявителем свяжется менеджер Премии для уточнения информации и разъяснения по предоставлению дополнительных материалов.

3. Для полноценной подачи заявки необходимо предоставить следующие материалы: **(все материалы предоставляются единым электронным файлом – архив ZIP / RAR).**

- **Заявка проекта** (текстовая часть). В нее входит:

1. Название проекта;
2. Период реализации;
3. Краткая информация о проекте;
4. Цели и задачи проекта;
5. Креативная идея и стратегия;
6. Затраченный бюджет;
7. Реализация проекта;
8. Результаты.

- **Резюме проекта.**

Резюме должно включать в себя краткое яркое описание проекта. Обязательно описание проблемы и ее креативного решения.

*\*Резюме будет использоваться для краткого тезисного ознакомления жюри с материалами проекта.*

**Объем резюме – до 500 знаков с пробелами.**

- **Презентация проекта.**

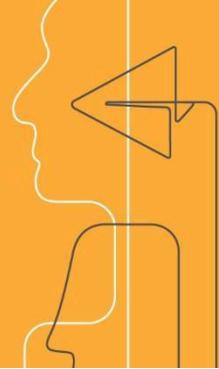
Предоставляется в формате **pptx / pdf**. В презентацию могут быть включены дополнительные материалы: фотографии, копии публикаций, результаты исследований, инфографики и так далее.

**Объем презентации должен составлять не более 15 слайдов.**

- **Видео-презентация проекта.**

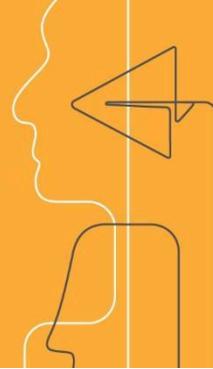
Предоставляется в качестве *дополнительного* материала к заявке.

Допустимый формат: mov, H.264, 16:9, 1920x1080, до 2-х минут.



4. Рабочим языком Премии является русский, представление видео- или иных материалов на английском языке допустимо.
5. Форма подачи заявки для номинации «Специалист года» отличается и представляет собой:
  - **Заявка проекта** (текстовая часть). В нее входит:
    1. Файл формата Word с биографией номинанта
    2. Тестовый формат, в соответствии с заданной структурой (от 2 - 5 стр., 12 pt)
  - Презентация в формате **pptx / pdf**.  
Содержание презентации:
    1. Профессиональная биография номинанта;
    2. Профессиональные достижения (в первую очередь, в рамках организации);
    3. Реализованные проекты (период реализации проектов: с 1 января 2022 года до июля 2023, допускаются проекты на стадии реализации с выдающимися результатами).**Объем презентации должен составлять не более 15 слайдов.**

*По вопросам подачи заявки на премию, уточнения по номинациям и т.д. можно обратиться, написав на почту [info@pr-proba](mailto:info@pr-proba)*



### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПРОЕКТОВ**

#### **АНАЛИЗ СИТУАЦИИ**

- Насколько хорошо участник описал ситуацию, которая стала причиной реализации проекта или программы?
- Были ли потребности бизнеса ясно и четко определены?
- Были ли четко определены коммуникационные возможности для реализации проекта?
- Оценивается исследование бизнес-потребностей, уместность проведения коммуникационной кампании.

#### **ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧ**

- Насколько хорошо цели коммуникации соответствуют бизнес-целям организации?
- Насколько поставленные задачи значимы, релевантны и измеримы?
- Соответствуют ли цели и задачи потребностям бизнеса?
- Соответствуют ли цели и задачи потребностям целевой аудитории?
- Способны ли сформулированные задачи оказать влияние на бизнес-результат и привести к успешному достижению поставленной цели?

#### **РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА**

- Насколько эффективна деятельность проекта в соотношении с затраченным бюджетом?
- Релевантен ли затраченный бюджет целям проекта?
- Оценивается экономическая эффективность работы и окупаемость проекта.

#### **КРЕАТИВНОСТЬ ПРОЕКТА**

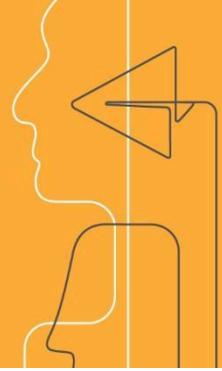
- Оценивается медийная эффективность проекта.
- Оценивается количество используемых коммуникационных инструментов и их релевантность.
- Оценивается творческий и инновационный подход к выполнению проекта.

#### **СТРАТЕГИЯ И ЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА**

- Насколько предложенное коммуникационное решение эффективно/отвечает потребностям бизнеса?
- Включает ли в себя стратегическое планирование креативную составляющую, а также тактику, СМИ и выбранные каналы коммуникации?
- Насколько при разработке стратегии и тактик была принята во внимание информация о целевой аудитории?
- Насколько тактическая реализация плана позволяет достигнуть поставленных задач и целей?

#### **СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА**

- Получил ли проект лояльность целевой аудитории?
- Насколько проект оказал положительный эффект на Аудиторию?
- Удалось ли достигнуть нужного охвата целевой аудитории?



- Насколько измеримы показатели вовлеченности аудитории в проект?

### **ВИЗУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ ПРОЕКТА**

- Оценивается качество оформления презентации (визуальный ряд, логичность, стройность повествования).

### **КАЧЕСТВО РЕАЛИЗАЦИИ**

- Насколько хорошо реализуется выбранный подход?
- Правильно и уместно ли используются коммуникационные инструменты в ходе реализации проекта?
- Демонстрирует ли работа эффективность и гибкость?

### **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ**

- Насколько полученные результаты соответствуют поставленным целям и задачам?
- Насколько результаты оказали положительное влияние на описанные ранее потребности бизнеса?
- Насколько результаты демонстрируют качественные и количественные благоприятные изменения.

PROBA  
AWARDS

INTERNATIONAL COMMUNICATION AWARDS

21 сентября 2023



У вас остались вопросы? Свяжитесь с нами:

**Организатор премии PROBA Awards**

Елизавета Круппа, 8 962 021 65 11, [e.kruppa@spncomms.com](mailto:e.kruppa@spncomms.com)

**Отдел продаж:**

Лада Якунова, 8 931 336 12 99, [l.yakunova@balticweekend.com](mailto:l.yakunova@balticweekend.com)

Валентина Мажаева, 8 996 745 72 21, [v.mazhaeva@balticweekend.com](mailto:v.mazhaeva@balticweekend.com)