2023

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРЕМИИ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРЕМИЯ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
PROBA AWARDS

PROBA AWARDS
INTERNATIONAL COMMUNICATION AWARDS

21 сентября 2023

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

PROBA AWARDS
INTERNATIONAL COMMUNICATION AWARDS

21 сентября 2023



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.

PROBA AWARDS
INTERNATIONAL COMMUNICATION AWARDS

21 сентября 2023



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
Ранняя подача	с 24 января по 1 марта	До 1 марта включительно	20 000	18 000
Основная регистрация	с 2 марта по 15 мая	До 15 мая включительно	25 500	23 000
Поздняя подача	с 16 мая по 15 июня	До 15 июня включительно	32 000	28 000
Итоговая подача	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 Baltic Weekend	21 сентября
Очное заседание жюри в г. Санкт-Петербург в рамках форума по коммуникациям Baltic Weekend	21 сентября
Церемония награждения победителей премии Proba Awards 2023	21 сентября

PROBA AWARDS
INTERNATIONAL COMMUNICATION AWARDS

21 сентября 2023



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 коммункиации, новых медиа и вирусных кампаний.

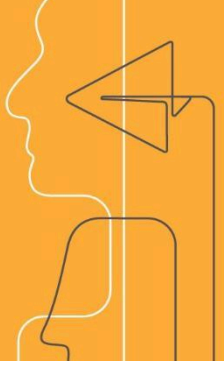
- ***Media Relations.***

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.

PROBA AWARDS
INTERNATIONAL COMMUNICATION AWARDS

21 сентября 2023

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 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)

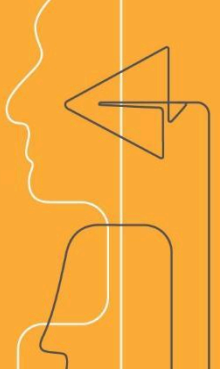
- Презентация в формате **pptx / pdf.**
  Содержание презентации:
  1. Профессиональная биография номинанта;
  2. Профессиональные достижения (в первую очередь, в рамках организации);
  3. Реализованные проекты (период реализации проектов: с 1 января 2022 года до июля 2023, допускаются проекты на стадии реализации с выдающимися результатами).

  Объем презентации должен составлять <u>не более 15 слайдов.</u>

По вопросам подачи заявки на премию, уточнения по номинациям и т.д. можно обратиться, написав на почту info@pr-proba

PROBA AWARDS
INTERNATIONAL COMMUNICATION AWARDS

21 сентября 2023



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

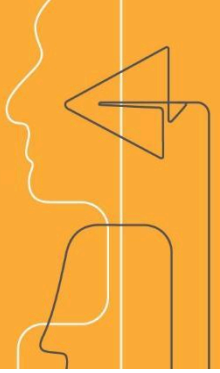
- Оценивается медийная эффективность проекта.
- Оценивается количество используемых коммуникационных инструментов и их релевантность.
- Оценивается творческий и инновационный подход к выполнению проекта.

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

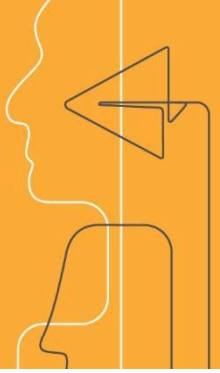
- Оценивается качество оформления презентации (визуальный ряд, логичность, стройность повествования).

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.



У вас остались вопросы? Свяжитесь с нами:

Организатор премии PROBA Awards
Елизавета Круппа, 8 962 021 65 11, e.kruppa@spncomms.com

Отдел продаж:
Лада Якунова, 8 931 336 12 99, l.yakunova@balticweekend.com
Валентина Мажаева, 8 996 745 72 21, v.mazhaeva@balticweekend.com