



## **GOLDEN WORLD AWARDS FOR EXCELLENCE IN PUBLIC RELATIONS**

2007 Competition | Call for Entries

Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA)

### **Премия Golden World Awards**

**за выдающиеся достижения в области связей с общественностью**

Конкурс 2007 года  
Правила участия

Международная премия IPRA Golden World Awards, учрежденная Международной ассоциацией по связям с общественностью, - это всемирное признание и поощрение международных программ в области развития общественных связей. Конкурс проводится уже в шестнадцатый раз. К участию в конкурсе 2007 года могут быть представлены PR-программы локального, регионального национального или международного масштаба, реализованные или завершённые в 2006-2007 гг.

#### **ПРАВИЛА УЧАСТИЯ**

Участниками конкурса Golden World Awards могут быть компании, ассоциации, частные учреждения, некоммерческие организации и правительственные структуры, осуществляющие свою деятельность в любой точке мира.

PR-агентства и консалтинговые компании могут выступать от имени своих клиентов и разделить с ними победу.

Участники могут представить на конкурс любое количество заявок.

IPRA приветствует подачу на конкурс проектов, участвовавших в других конкурсах. Премия Golden World Awards предоставляет широкое международное признание PR-кампаниям, удостоенным различных наград на национальном уровне.

#### **ДИАПАЗОН И МАСШТАБ КОНКУРСА**

На конкурс Golden World Awards принимаются программы в широком диапазоне профессиональных номинаций, описание которых приведено на с. 4-5. Кампании могут быть реализованы на локальном, региональном, национальном или международном уровне.

#### **НАГРАЖДЕНИЕ**

Премия Golden World Awards будет вручена победителям на международном гала-приеме 6 ноября 2007 года в Лондоне.

#### **ЖЮРИ И НАГРАДЫ**

Проекты, представленные на конкурс Golden World Awards, будет оценивать международное жюри, состоящее из экспертов мирового уровня в области публичных отношений. Члены жюри имеют право присудить одну или несколько наград в каждой номинации или объявить номинацию несостоявшейся.

Гран-при IPRA за выдающиеся достижения в области связей с общественностью присуждается PR-проекту, в котором, по мнению жюри, продемонстрирован высочайший профессионализм при достижении поставленных целей.

#### **Премия Организации объединенных наций**

IPRA сотрудничает с Организацией объединенных наций для поощрения и развития PR-программ с социально значимыми целями.

Ежегодно, в дополнение к наградам, вручаемым в различных номинациях, ООН определяет и присуждает специальную награду проекту, направленному на ликвидацию и предлагающему наиболее эффективное решение острых проблем, над которыми работает организация.

#### **Награда за креативность**

PR-проекту, продемонстрировавшему выдающуюся креативность в решении поставленных задач, ежегодно присуждается специальная награда.

## КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Каждый PR-проект, представленный на конкурс, будет оцениваться с точки зрения профессионализма в пяти аспектах:

### Определение проблемы, возможностей

- а. Определение организации, для которой осуществлялся проект.
- б. Определение проблемы или возможности, на которую нацелен данный проект.
- в. Указание региона, в котором проводился данный проект.
- г. Указание критериев, согласно которым можно оценить эффективность кампании.

### Исследование

Полевые или теоретические исследования, направленные на выявление проблемы или возможности и определение подходов для достижения целей программы.

### Планирование

- а. Подробное описание коммуникационных целей проекта.
- б. Установление измеримых критериев оценки эффективности кампании.
- в. Определение целевых групп общественности, на которые ориентирована кампания, и желательных действий последних.
- г. Формулирование PR- (не маркетинговых и не рекламных) сообщений, которые необходимо было донести до целевой группы.
- д. Определение спектра коммуникационных тактик (внутренних и/или внешних), которые следует использовать в данной ситуации.
- е. Описание действий, предпринятых для того, чтобы наладить взаимодействие с руководством организации и заручиться поддержкой проекта топ-менеджментом.

### Реализация

- а. Описание реализации разработанного плана коммуникаций на практике.
- б. Описание сложностей, возникавших в ходе реализации проекта, и соответствующих изменений, внесенных в план в ходе реализации.

### Оценка эффективности

Определение, анализ и количественная оценка результатов кампании. Членю жюри будут рассматривать реальные результаты, свидетельствующие о достижении измеримых целей проекта. Оргкомитет обращает внимание участников на то, что IPRA не признает «эквивалент рекламной стоимости» или «возможность контакта с сообщением» (OTS) инструментами количественного измерения и просит не включать данные параметры в раздел, посвященный оценке эффективности проекта.

## ПРАВИЛА УЧАСТИЯ

В дополнение к основным критериям, в соответствии с которыми оценивается проект, при подаче заявки необходимо соблюсти следующие требования.

### А. КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЗАЯВКИ.

На предварительной стадии оценки проектов жюри будет рассматривать краткое содержание проекта, поэтому необходимо уделить особое внимание подготовке данной части работы. Краткое содержание не должно превышать одной тысячи двухсот (1 200) слов. Краткое содержание должно быть полностью на английском языке.

Краткое содержание проекта (в цифровом формате) может быть выслано в секретариат IPRA по электронной почте ([info@ipra.org](mailto:info@ipra.org)) или по почте на дискете или компакт-диске.

Во вступлении необходимо обосновать, почему данная программа заслуживает награды конкурса. Размер вступительной части составляет примерно 100 слов. Далее должно следовать описание проекта в соответствии с вышеизложенными пятью критериями (под отдельными заголовками):

- Определение проблемы, возможностей
- Исследование
- Планирование
- Реализация
- Оценка эффективности

## **V. ФОРМА ЗАЯВКИ**

К описанию проекта должна прилагаться заявка на участие, заполненная **на английском языке**.

## **C. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

Если жюри отберет ваш проект для участия во втором туре конкурса, вас известят об этом в начале июня 2007 года. Для участия во втором туре необходимо будет предоставить материалы, более полно раскрывающие содержание проекта. Требования к данным материалам будут высланы дополнительно.

## **D. СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ**

Члены IPRA: £190.00 (\$380), включая налоги.

Остальные участники: £240.00 (\$480), включая налоги.

- Взнос за участие может быть оплачен в британских фунтах стерлингах или долларах США. К оплате принимаются кредитные карточки, банковские переводы и чеки (см. форму заявки).
- Если одна организация подает несколько заявок, оплату можно произвести единым платежом (см. форму заявки).

## **F. СРОК ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

Все заявки должны быть получены IPRA до 2 мая 2007 года включительно.

- Любая заявка, полученная позже указанной даты, не будет допущена до участия в конкурсе 2007 года и не будет передана жюри.
- IPRA вышлет подтверждение получения каждой заявки по электронной почте.
- Участники конкурса, чьи работы пройдут в финал, будут оповещены в начале июня 2007 года.

## **G. НАГРАДЫ**

- Финалисты в каждой номинации будут объявлены по окончании работы жюри, но победитель (или победители) станет известен только на церемонии подведения итогов.
- Награда конкурса GWA будет вручена всем победителям на торжественной церемонии награждения.
- Все участники получают почетный сертификат, подтверждающий их участие в конкурсе IPRA GWA 2007.
- Победители конкурса могут приобрести дополнительные экземпляры наград и сертификатов в секретариате IPRA.

## **ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ:**

IPRA Secretariat  
1, Dunley Hill Court,  
Ranmore Common,  
Dorking, RH5 6SX  
United Kingdom  
Тел. +44 (0)1483 280 130  
Факс: +44 (0)1483 280 131  
E-mail: [info@ipra.org](mailto:info@ipra.org)

## НОМИНАЦИИ

### 1. Международная PR-кампания

За PR-кампанию, охватывающую пять или более стран, реализованную для компании или организации любого рода.

### 2. PR-кампания в некоммерческой сфере

За эффективную PR-кампанию, осуществленную благотворительной или неправительственной организацией, направленную на решение острой социальной проблемы.

Участие в данной номинации бесплатно для благотворительных и некоммерческих организаций.

### 3. Премия Hill & Knowlton за корпоративную социальную ответственность.

За достижения и лидерство в области корпоративной социальной ответственности.

### 4. Премия PR Newswire в области антикризисного менеджмента

За профессиональное управление коммуникациями в кризисной ситуации.

### 5. Отношения с медиа

За построение эффективных отношений с традиционными СМИ в рамках PR-кампании.

### 6. Корпоративные коммуникации

За успехи в формировании общей репутации компании с помощью корпоративных коммуникаций.

### 7. Запуск нового продукта или услуги

За хорошо спланированное PR-сопровождение запуска продукта или услуги.

### 8. Потребительский PR

За творческую PR-кампанию по продвижению потребительского продукта или услуги.

### 9. PR в Интернете

За PR-кампанию, в которой использовались онлайн-технологии нового поколения, такие как блоги и другие социальные медиа.

### 10. Онлайн пресс-центр

За инновационный онлайн пресс-центр, максимально приспособленный для взаимодействия с медиа.

### 11. «PR из ничего»

За изобретательную PR-кампанию, реализованную с малым бюджетом.

### 12. Внутренние коммуникации

За креативную кампанию в области внутренних коммуникаций, ориентированную на персонал организации.

### 13. Общественно-политическая деятельность

Грамотно спланированная и проведенная общественно-политическая кампания (лоббирование), явно изменившая или повлиявшая на социальную политику.

### 14. Общественный сектор

За эффективную кампанию, реализованную государственными структурами (представителями или учреждениями муниципальных органов власти или правительственных структур), в которой использовались методы публик рилейшнз с целью повышения осведомленности по актуальному общественно значимому вопросу или изменения поведения.

### 15. Финансовые услуги

Использование публик рилейшнз для сопровождения финансового продукта или услуги.

### 16. Отношения с инвесторами

За профессионализм в построении благоприятных взаимоотношений с инвесторами.

### 17. Здравоохранение

За выдающуюся PR-кампанию в области фармакологии или здравоохранения.

#### 18. Событийный менеджмент

За планирование и проведение успешного специального события, направленного на решение определенных PR-задач.

#### 19. Технологии

За эффективное использование паблик рилейшнз в технологическом секторе, включая как кампании в области "бизнес для бизнеса", так и направленные на потребителя.

#### 20. Путешествия и туризм

За успешное использование паблик рилейшнз в индустрии транспорта, путешествий, гостиничном или туристическом бизнесе.

#### 21. Спонсорство

За инновационную PR-кампанию, направленную на продвижение или создание осведомленности о спонсировании какого-либо события или деятельности.

#### 22. Печатные издания

За PR-материалы (нюслеттеры, журналы и др., выпускаемые в печатном или электронном формате), демонстрирующие мастерство и креативность в коммуникациях со стейкхолдерами.

#### 23. Премия Rolls-Royce в области защиты окружающей среды

PR-кампания по актуальным вопросам экологии, оказавшая существенное влияние на общественность.

#### 24. Бизнес для бизнеса

За успешную PR-кампанию в области "B2B".

#### 25. Лучший коммуникатор - 2007

Практикующий специалист в области паблик рилейшнз из любой страны мира, продемонстрировавший профессионализм в коммуникациях и являющийся лидером отрасли. Победитель определяется в результате онлайн-голосования членов IPRA и объявляется на церемонии награждения. Претендентам на награду в данной номинации необходимо связаться с секретариатом IPRA для получения специальной формы заявки.

## ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ IPRA GOLDEN WORLD AWARDS 2007

(срок подачи – до 2 мая 2007 года)

На каждый проект заполняется отдельная заявка. Принимаются ксерокопии заявки.

**ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ  
НАПЕЧАТАНА ИЛИ НАПИСАНА  
ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ НА  
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ.**

**УКАЗАННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ  
ОРГАНИЗАЦИЙ (заказчик, исполнитель)  
БУДУТ УПОМЯНУТЫ ВО ВСЕХ  
ПУБЛИЧНЫХ ЗАЯВЛЕНИЯХ О  
КОНКУРСЕ**

Название проекта: \_\_\_\_\_

*Данная PR-кампания проведена для:*

Наименование компании, организации: \_\_\_\_\_

Город: \_\_\_\_\_ Страна: \_\_\_\_\_

*PR-агентство, привлеченное для реализации  
кампании:*

Наименование компании: \_\_\_\_\_

Город: \_\_\_\_\_ Страна: \_\_\_\_\_

Номер номинации: \_\_\_\_\_ (см. список)

*Данные лица, подающего заявку, и контакты  
для дальнейшей связи с IPRA:*

Имя: \_\_\_\_\_

Должность: \_\_\_\_\_

Организация: \_\_\_\_\_

Почтовый адрес: \_\_\_\_\_

Город/штат: \_\_\_\_\_

Страна: \_\_\_\_\_ Индекс: \_\_\_\_\_

*Укажите код страны и города*

Телефон: \_\_\_\_\_

Факс: \_\_\_\_\_

Эл. почта: \_\_\_\_\_

*С правилами ознакомлен и согласен.*

Подпись: \_\_\_\_\_ Дата: \_\_\_\_\_

### ПЛАТА ЗА УЧАСТИЕ

Пожалуйста, отметьте нужные пункты.

Член IPRA - £190 (\$380).  
Действительным членом IPRA в данной  
организации является:  
\_\_\_\_\_

Не член IPRA - £240 (\$480)  
*Все цены включают налоги.*

К заявке прилагается чек или денежный  
перевод в адрес IPRA, вложенный в  
конверт, прикрепленный к внутренней  
обложке высылаемых материалов.

Банковский перевод HSBC  
56 High Street, Esher, KT10 9RD UK  
Bank Sorting Code 40 20 26  
IPRA Sterling Account No: 71308157  
US \$ Account No: 39929968

*ПРИМЕЧАНИЕ: При оплате нескольких  
заявок одновременно укажите полную сумму  
оплаты или сумму оплаты по кредитной  
карте:*

[ ] American Express [ ] Visa [ ] Euro/MasterCard

Номер карты: \_\_\_\_\_

Защитный код: \_\_\_\_\_

Действительна до: \_\_\_\_\_

Имя владельца карты: \_\_\_\_\_

Подпись: \_\_\_\_\_

Данные кредитной карты для выставления  
счета, если они отличаются от адреса лица,  
подавшего заявку.

Заявку и запросы направляйте по адресу:

IPRA Secretariat  
1, Dunley Hill Court.  
Ranmore Common,  
Dorking, RH5 6SX  
United Kingdom  
Тел.: +44 (0)1483 280 130  
Факс: +44 (0)1483 280 131  
E-Mail: [info@ipra.org](mailto:info@ipra.org)