

29 marca 2010



Konkurs "Kampania Społeczna Roku 2009"

Konkurs na „Kampanię Społeczną Roku” jest inicjatywą Fundacji Komunikacji Społecznej i realizowany jest w celu profesjonalizacji marketingu społecznego w Polsce. Jury Konkursu ocenia zgłoszone kampanie społeczne realizowane w Polsce w przeciągu danego roku w ramach pięciu kategorii uzależnionych od ich nadawcy oraz przyznaje im tytuły "Kampanii społecznej roku" w danej kategorii.

Kategorie konkursowe:

- Inicjatywy obywatelskie (ngo, osoby prywatne i inicjatywy studenckie)
- Kampanie instytucji branżowych Kampanie instytucji publicznych i agend rządowych Kampanie firm komercyjnych i fundacji firm
- Inicjatywy polityczne

Celem Konkursu jest wyłonienie najlepszych kampanii pod względem marketingowym. Oceniane jest podejście do poruszanego w ocenianej kampanii zagadnienia, a nie jest oceniany temat kampanii. Kampanie są oceniane w ramach 10 wymiarów: strategia, autentyczność społecznego przedmiotu kampanii, oryginalność i celowość wykorzystania kanałów komunikacji, wykorzystanie narzędzi komunikacji, ogólna kreatywność kampanii, ocena argumentacji reklamowej, działania PR, efektywność, forma i walory produkcyjne.

W konkursie mogą wziąć udział m.in. instytucje publiczne, agendy rządowe, regionalne instytucje ngo lub osoby prywatne.

Aby wziąć udział należy zarejestrować się na stronie internetowej i wypełnić formularz - <http://www.kampaniespoleczne.pl/konkurs>

Regulamin Konkursu dostępny na

http://www.kampaniespoleczne.pl/konkurs_regulamin_2009