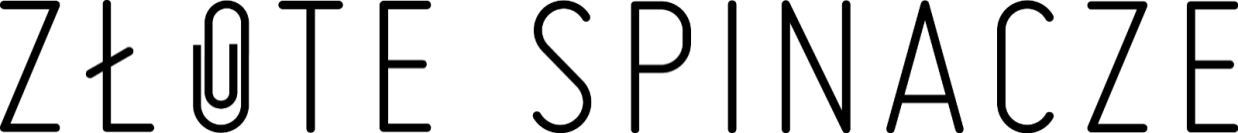
****

**FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY 2020**

**KROK 1**

**Tytuł projektu\*: (max 60 znaków ze spacjami)**

|  |
| --- |
|  |

**Czas realizacji projektu\*:** (MM/YY-MM/YY)

|  |
| --- |
|  |

**Zgłaszany projekt jest kolejną edycją projektu realizowanego w ubiegłych latach**

Opis sytuacji

|  |
| --- |
|  |

**Zgłaszany projekt jest adaptacją projektu zagranicznego**

Opis sytuacji

|  |
| --- |
|  |

**Projekt realizowany wspólnie z innymi podmiotami (zarówno w Polsce, jak i za granicą). Wykaz podmiotów zaangażowanych w projekt / potwierdzenie posiadania zgody podmiotu zlecającego działania**

|  |
| --- |
|  |

**KROK II – WYBÓR KATEGORII I SPOSOBU ZGŁASZANIA**

(Wypełnienie formularza osobno dla każdej kategorii lub wypełnienie formularza jeden raz dla wszystkich kategorii)

**KROK III – ZGŁOSZENIE W KATEGORIACH GŁÓWNYCH I SEKTOROWYCH**

1. **Uzasadnienie zgłoszenia (max 600 znaków ze spacjami. Tekst nie zmniejsza limitu 6 000 znaków na zgłoszenie do Konkursu)\*:** Dlaczego projekt zasługuje na nagrodę w tej konkretnej kategorii?

**OPIS PROJEKTU (opis do max 6 000 znaków ze spacjami)\*:**

1. **Wyzwanie**: określenie problemu i celu/ów do zrealizowania / opis uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych / wyjaśnienie szczególnego kontekstu projektu / dostępne środki finansowe (budżet).
2. **Diagnoza**: kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.
3. **Strategia**: opis obranego podejścia komunikacyjnego, główna narracja (kluczowe przekazy), logika doboru głównych narzędzi i platform komunikacyjnych, spodziewane efekty (KPIs).
4. **Realizacja**: plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.
5. **Wynik**: uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.

Linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu. Limit:3

**KROK III – ZGŁOSZENIE W KATEGORIACH SPECJALNYCH**

1. **Ambicja (max 2000 znaków ze spacjami. Tekst nie zmniejsza limitu 6 000 znaków na zgłoszenie do Konkursu)\*:** Dlaczego ten projekt zasługuje na przyznanie Złotego Spinacza? Przedstawienie przekonującej argumentacji na podstawie wiarygodnych informacji i danych.

**OPIS PROJEKTU (opis do max 6 000 znaków ze spacjami)\*:**

1. **Wyzwanie**: określenie problemu i celu/ów do zrealizowania / opis uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych / wyjaśnienie szczególnego kontekstu projektu / dostępne środki finansowe (budżet).
2. **Diagnoza**: kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.
3. **Strategia**: opis obranego podejścia komunikacyjnego, główna narracja (kluczowe przekazy), logika doboru głównych narzędzi i platform komunikacyjnych, spodziewane efekty (KPIs).
4. **Realizacja**: plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.
5. **Wynik**: uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.

Linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu. Limit:3

**KROK III – ZGŁOSZENIE W KATEGORII JUBILEUSZOWEJ**

1. **Uzasadnienie (max 2000 znaków ze spacjami. Tekst nie zmniejsza limitu 6 000 znaków na zgłoszenie do Konkursu)\*:** Dlaczego projekt zasługuje na tytuł Kampanii PR XX-lecia? W jaki sposób wpłynął na rozwój branży lub profesjonalne postrzeganie praktyki public relations? Przedstawienie przekonującej argumentacji na podstawie wiarygodnych informacji i danych.

**OPIS PROJEKTU (opis do max 6 000 znaków ze spacjami)\*:**

1. **Wyzwanie**: określenie problemu i celu/ów do zrealizowania / opis uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych / wyjaśnienie szczególnego kontekstu projektu / dostępne środki finansowe (budżet).
2. **Diagnoza**: kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.
3. **Strategia**: opis obranego podejścia komunikacyjnego, główna narracja (kluczowe przekazy), logika doboru głównych narzędzi i platform komunikacyjnych, spodziewane efekty (KPIs).
4. **Realizacja**: plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.
5. **Wynik**: uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.

Linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu. Limit:3

Linki

do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu. Limit:3

**KROK IV**

**----Nazwa podmiotu zgłaszającego projekt** (nazwy marketingowe, bez rozszerzeń rejestrowych: Sp z o.o, Sp. J itd.)\*

|  |
| --- |
|  |

**Rodzaj firmy (agencje ZFPR, agencje niezrzeszone, korporacje / firmy, urzędy / instytucje państwowe, fundacje / organizacje pozarządowe, inne)\***

**----Współzgłaszający** (nazwy marketingowe, bez rozszerzeń rejestrowych jak: Sp z o.o, Sp. J itd.)

**Nazwa klienta** (pole wypełniane tylko przez agencje ZFPR, dla których współzgłoszenie z klientem jest zwolnione z dodatkowej opłaty)

|  |
| --- |
|  |

**Nazwy podmiotów współzgłaszających**

|  |
| --- |
|  |

**----Dane kontaktowe**

Imię i nazwisko\*

|  |
| --- |
|  |

E-mail\*

|  |
| --- |
|  |

Telefon\*

|  |
| --- |
|  |

**----Dane do faktury**

Nazwa firmy/instytucji\*

|  |
| --- |
|  |

NIP\*

|  |
| --- |
|  |

Adres\*

|  |
| --- |
|  |

Adres e-mail do przesłania faktury\*

|  |
| --- |
|  |

**KROK V – AKCEPTACJA KLAUZULI**