

Regulamin Konkursu Inicjatyw Organizacji Pozarządowych – wyrównywanie szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy

§ I. Organizator i czas trwania konkursu:

1. Konkurs jest inicjatywą Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej i przeprowadzony będzie przez Fundację Komunikacji Społecznej z siedzibą w Warszawie, ul. Filtrowa 75/22, NIP 5272227938 zwaną dalej Fundacją.
2. Konkurs trwa od 1 do 31 października 2010 r.
3. Terytorium konkursu jest Rzeczpospolita Polska.

§ II. Cele i zasady konkursu

1. Celem konkursu jest zwiększenie świadomości społecznej odnośnie równości kobiet i mężczyzn w zakresie możliwości zawodowych.
2. Udział w konkursie może wziąć każda osoba, która:
 - o zalogowała się na portalu kampaniespoleczne.pl, podając imię i nazwisko
 - o zapoznała się z treścią regulaminu i akceptuje go w całości i bezwarunkowo,
 - o nie jest pracownikiem Organizatora, nie należy do najbliższych członków jego rodziny ani nie jest osobą/podmiotem bezpośrednio uczestniczącą w organizacji i przygotowaniu konkursu.
3. Przedmiotem konkursu jest projekt graficzny w postaci plakatu, zachęcający pracodawców do równego traktowania mężczyzn i kobiet na rynku pracy.
4. Dodatkowym warunkiem udziału w konkursie będzie wypełnienie przez uczestników Ankiety Założeń do przygotowywanej kreacji.
5. Wysłanie prac graficznych powinno być poprzedzone zapoznaniem się z przygotowanymi na potrzeby konkursu wykładami ekspertów w danej dziedzinie, których tematyka będzie obejmować:
 - a. Czym są stereotypy oraz jak im przeciwdziałać
 - b. Stereotypy dotyczące płci na rynku pracy
 - c. Psychologiczne mechanizmy reklamy
 - d. Zasady tworzenia kreacji graficznych.
6. Dzięki zapoznaniu się z wykładami uczestnicy konkursu zdobędą wiedzę w jaki sposób przygotować skuteczny plakat nakłaniający do zmiany stereotypowych postaw.
7. Każdy z uczestników konkursu może wysłać maksymalnie 3 kreacje graficzne plakatów.
8. Nadesłanie projektu jest tożsame z oświadczeniem Uczestnika, iż przysługuje mu pełnia praw autorskich, osobistych i majątkowych (oraz zależnych) do nadesłanych

projektów, oraz że nadesłane projekty stanowią jego indywidualną i całkowicie oryginalną twórczość, nie są w jakikolwiek sposób obciążone prawami ustanowionymi na rzecz osób trzecich, w żadnej swojej części nie stanowią one plagiatu, nie są kopią lub fragmentem jakichkolwiek innych utworów, nie były nagradzane w innych konkursach oraz wprowadzane do obrotu w jakikolwiek sposób lub publikowane w którymkolwiek z mediów niezależnie od terytorium.

§ III. Rozstrzygnięcie konkursu i nagroda

1. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpi 15 listopada 2010r.
2. Ocena nadesłanych plakatów dokonywana będzie przez Jury powołane przez Organizatora oraz przez zalogowanych użytkowników portalu, którzy będą mogli przyznać każdemu z plakatów od 1 do 10 pkt.
3. Z sumy punktów przyznanych każdemu plakatowi będzie brana pod uwagę średnia
4. W Jury konkursowym znajdą się osoby z Instytutu Marketingu Społecznego będący jednocześnie Jurorami Konkursu na Kampanię Społeczną Roku organizowanego co rok przez Fundację Komunikacji Społecznej.
5. Jury przyzna każdemu nadesłanemu plakatowi od 1 do 10 punktów za każde pole wypełnione w Ankiecie Założeń oraz za kreację.
6. Jury wybierze jeden spośród 3 plakatów wybranych przez Jury oraz 3 plakatów, które otrzymają największą liczbę punktów w głosowaniu internautów, któremu przyzna nagrodę główną.
7. Nagrodą główną w Konkursie jest profesjonalny aparat cyfrowy oraz ekspozycja nagrodzonego projektu w mediach skierowanych do pracodawców w ciągu dwóch, ostatnich tygodni listopada. Estymowana ilość emisji kreacji wynosi 100.000.
8. Nagrody w Konkursie nie można zamienić na inną nagrodę, ani na ekwiwalent pieniężny.
9. Zwycięzcy Konkursu nie mogą przenieść prawa do otrzymania nagrody na osoby trzecie.