

Załącznik
do Zarządzenia Nr 420/1853/13
Prezydenta Miasta Koszalina
z dnia 05.08.2013 r.

**Regulamin konkursu
na opracowanie koncepcji/projektu społecznej kampanii edukacyjno-informacyjnej w zakresie gospodarki
odpadami kierowanej do mieszkańców Koszalina**

I. Organizator konkursu

Organizatorem konkursu jest Prezydent Miasta Koszalina (za pośrednictwem Urzędu Miejskiego w Koszalinie – Wydziału Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska) zwany dalej Organizatorem.

Osobami upoważnionymi do kontaktów są: Dorota Kędzierska-Jarosz i Joanna Bazylczyk – inspektorzy Wydziału Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska Urzędu Miejskiego w Koszalinie.

Telefon: 94-348-86-87, 94-348-88-45

e-mail: dorota.jarosz@um.man.koszalin.pl, joanna.bazylczyk@um.man.koszalin.pl

II. Uczestnicy konkursu

Konkurs skierowany jest do grup uczniów koszańskich szkół ponadgimnazjalnych i ich nauczycieli – grup składających się z 5 uczniów i jednego nauczyciela/opiekuna z jednej placówki oświatowej, tzw. grup projektowych, zwanych dalej Uczestnikami.

III. Cele konkursu

Cele konkursu:

1. rozwijanie wiedzy młodzieży ponadgimnazjalnej i mieszkańców Koszalina nt. gospodarki odpadami w mieście,
2. zainspirowanie i zaktywizowanie uczniów szkół ponadgimnazjalnych w zakresie działań proekologicznych dot. gospodarowania odpadami w mieście Koszalinie,
3. zwrócenie uwagi uczniów szkół ponadgimnazjalnych na problemy związane z czystością środowiska,
4. poznanie przez uczniów szkół ponadgimnazjalnych i mieszkańców Koszalina korzyści płynących z prowadzenia selektywnej zbiórki odpadów,
5. kształtowanie nawyku wnikliwej obserwacji i analizy otoczenia,
6. zaangażowanie uczniów szkół ponadgimnazjalnych w sprawy dotyczące lokalnej społeczności,
7. promowanie kampanii społecznych przez uczniów szkół ponadgimnazjalnych,
8. wykorzystanie programów komputerowych i rozwiązań technicznych jako środków efektywnego kształtowania postaw społecznych,
9. stworzenie uczniom szkół ponadgimnazjalnych możliwości sprawdzenia własnej wiedzy, umiejętności kreatywnego i innowacyjnego działania,
10. rozwijanie aktywności poznawczej i twórczej uczniów szkół ponadgimnazjalnych,
11. zapoznanie się uczniów szkół ponadgimnazjalnych z metodami wykorzystywanymi w kampaniach społecznych.

Marketing społeczny - wszelkie działania komunikacyjne, wykorzystujące takie narzędzia, jak reklama i public relations, które służą wspieraniu postaw prospołecznych ukierunkowanych na osiągnięcie dobra wspólnego lub bezpośrednio celom zawierającym się w następujących obszarach, tj. ochrona środowiska.

Kampania społeczna - zaplanowane w czasie działania z wykorzystaniem narzędzi marketingu w szczególności reklamy i public relations, które wpływają na zmianę postaw, sposobu myślenia, co z kolei prowadzi do rozwiązywania problemów społecznych blokujących osiągnięcie dobra wspólnego zdefiniowanego jako cel marketingowy.

Reklama społeczna - reklama będąca narzędziem kampanii społecznej i realizująca jej założenia.

Kampania społeczna jako inicjatywa obywatelska – kampania zainicjowana np. przez osoby prywatne, organizacje pozarządowe, organizacje studenckie, której jedynym celem jest korzyść społeczna.

Kampania społeczna jako inicjatywa lokalna – kampania o określonym lokalnym lub regionalnym zasięgu.

Kampania społeczna instytucji publicznej – kampania, której głównym nadawcą i sponsorem jest instytucja publiczna.

IV. Przedmiot i zasady konkursu

Przedmiotem konkursu jest opracowanie koncepcji/projektu społecznej kampanii edukacyjno-informacyjnej w zakresie gospodarki odpadami kierowanej do mieszkańców Koszalina (zwanego dalej Projektem), której

realizacja gwarantuje uzyskanie najlepszych efektów w zakresie efektywnego segregowania odpadów przez mieszkańców Koszalina.

Zaznaczyć należy, że uczestnicy przygotowują projekt kampanii – nie realizują jej.

Wyłoniony w konkursie Projekt zostanie wykorzystany przez Urząd Miejski w Koszalinie w działaniach edukacyjno-informacyjnych związanych z nowym systemem gospodarki odpadami komunalnymi.

I. Założenia kampanii:

- 1) efektywne zachęcenie mieszkańców Koszalina do segregowania odpadów,
- 2) dotarcie do jak największej liczby mieszkańców Koszalina (wszystkich grup społecznych i wiekowych),
- 3) uświadomienie mieszkańcom na czym polegają zmiany w gospodarce odpadami, prowadzące do zwiększenia stopnia segregacji odpadów u źródła.

II. Grupa docelowa – adresaci kampanii: wszyscy mieszkańcy Koszalina (z uwzględnieniem różnych grup wiekowych).

III. Kampania ma na celu m.in.:

- a) kształtowanie i promowanie nawyku selektywnej zbiórki odpadów wytwarzanych w gospodarstwach domowych,
- b) skuteczne poinformowanie mieszkańców o zasadach systemu gospodarki odpadami na terenie Koszalina oraz korzyściach dla środowiska (w tym dla samych mieszkańców) płynącymi z tych rozwiązań / skutkach związanych z niedostatecznym stopniem selektywnej zbiórki odpadów,
- c) zachęcenie mieszkańców Koszalina do większego stopnia selektywnej zbiórki odpadów,
- d) zaproponowanie sposobów zorganizowania w koszalińskich domach selektywnej zbiórki odpadów (systemów zbierania selektywnego) oraz skuteczne poinformowania o nich mieszkańców Koszalina,
- e) uzyskanie przez wszystkich mieszkańców Koszalina (w różnych grupach wiekowych) wiedzy:
 - w jaki sposób zorganizować w domu miejsce segregacji odpadów,
 - w jaki sposób w domach segregować poszczególne grupy odpadów,
 - dlaczego ważna jest segregacja odpadów u źródła (w domach, a następnie w osłonie śmietnikowej),
 - co dalej dzieje się z odpadami po ich odebraniu przez firmę wywozowąi wykorzystanie tej wiedzy na co dzień,
- f) w efekcie - zwiększenie ilości odpadów właściwie segregowanych w koszalińskich domach, a tym samym zwiększenie ilości odbieranych odpadów posegregowanych.

IV. Kampania obejmuje swym zasięgiem wszystkie nieruchomości w Koszalinie - wszystkie gospodarstwa domowe.

V. Kampania musi być opatrzona logo/charakterystycznym znakiem graficznym i hasłem oraz składać się co najmniej z następujących elementów:

- 1) podstrony www (podstrona na www.koszalin.pl),
- 2) ulotek,
- 3) plakatów,
- 4) billboardów,
- 5) filmu/spotu informacyjnego, filmu instruktażowego,
- 6) imprez/happeningów/eventów tematycznych.

Zadania konkursowe

I. Udział w spotkaniu I organizowanym dla Uczestników konkursu.

Spotkanie służyć będzie przekazaniu Uczestnikom ogólnych informacji nt. gospodarki odpadami w Mieście, w tym nt. nowego systemu gospodarki odpadami komunalnymi oraz wskazaniu Uczestnikom obowiązujących aktów prawnych.

II. Opracowanie koncepcji/projektu kampanii zawierającego co najmniej:

- A) Opis i plan działań kampanii.
- B) Projekt logo/charakterystycznego znaku graficznego kampanii.
- C) Hasło kampanii,
- D) Projekty elementów kampanii, w tym co najmniej:
 - 1a) projekt/ szkic podstrony www,
 - 1b) projekt/skic banneru informacyjnego w pierwszej kolejności pojawiającego się po wejściu na w/w podstronę www,
 - 1c) projekt/skic odnośnika na stronie www.koszalin.pl, kierującego na podstronę www,
 - 2) projekt/y ulotki/ek,
 - 3) projekt/y plakatu/ów,
 - 4) projekt/y billboardu/ów,
 - 5) projekt/y filmu/ów / spotu/ów informacyjnego/y, filmu/ów instruktażowego/y
 - 6) plan/y imprezy / happeningu/ów / event/ów tematycznego/y.

Elementy kampanii winny być graficznie dostosowane do opracowanego dla Urzędu Miejskiego w Koszalinie Systemu Identyfikacji Wizualnej.

III. Przygotowanie multimedialnej prezentacji projektu

IV. Udział w spotkaniu II – spotkaniu podsumowującym

Podczas spotkania zostaną ogłoszone wyniki konkursu, a nagrodzona grupa projektowa zaprezentuje swój projekt (czas prezentacji – 10-15 min).

V. Warunki uczestnictwa

1. Udział w konkursie jest bezpłatny.
2. Do konkursu mogą przystąpić osoby, które zapoznały się z niniejszym Regulaminem konkursu i akceptują jego postanowienia.
3. Uczestnictwo w konkursie polega na:
 - a) nadesłaniu przez placówkę oświatową akcesu udziału w konkursie – karty zgłoszeniowej (załącznik nr 1 do niniejszego Regulaminu);
akces uczestnictwa w konkursie należy zgłosić w terminie do 10 września 2013r. na adres korespondencyjny Urzędu Miejskiego w Koszalinie oraz faksem (94-348-86-89) lub mailem na jeden z w/w adresów mailowych,
 - b) udziale grupy projektowej w spotkaniu I wprowadzającym w tematykę zasad gospodarki odpadami komunalnymi obowiązujących w mieście Koszalin,
 - c) dostarczeniu pracy konkursowej: projektu kampanii i multimedialnej prezentacji projektu kampanii wraz z wypełnioną kartą informacyjną (załączniki nr 2 do niniejszego Regulaminu),
(projekt kampanii i multimedialną prezentację projektu należy dostarczyć zarówno w formie elektronicznej na nośniku CD/DVD (w formatach ogólnodostępnych), jak i w formie papierowej - wydruk komputerowy (za wyjątkiem filmu/ów, spotu/ów, itp.); pracę konkursową w kopercie z napisem: „Konkurs konkursu na opracowanie koncepcji/projektu społecznej kampanii edukacyjno-informacyjnej w zakresie gospodarki odpadami kierowanej do mieszkańców Koszalina” należy złożyć w terminie do: 15 listopada 2013r. w Urzędzie Miejskim w Koszalinie, Wydziale Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska, ul. Adama Mickiewicza 26, I piętro pok. 32),
 - d) udziale grupy projektowej w spotkaniu II, w tym zaprezentowaniu (przez nagrodzoną grupę) projektu kampanii.
4. Jedna placówka oświatowa może zgłosić dowolną liczbę projektów, przy czym każda grupa projektowa może zgłosić tylko jeden projekt, a dany uczeń/opiekun, może należeć tylko do jednej grupy projektowej.
5. Grupy projektowe zgłoszone po upływie terminu nie będą uprawnione do udziału w konkursie.
6. Każdy Uczestnik konkursu z chwilą złożenia pracy konkursowej:
 - a) potwierdza że praca zgłoszona przez niego do konkursu jest wynikiem samodzielnej twórczości, została wykonana wyłącznie przez członków grupy projektowej, nie narusza praw, dóbr i godności osób trzecich oraz że przysługują mu prawa autorskie do pracy w pełnym zakresie i nie była (w całości, ani w części) wcześniej publikowana i nagradzana w innych konkursach;
 - b) oświadcza, że jako autorowi, przysługuje mu całość autorskich praw majątkowych i osobistych do niego oraz że jest uprawniony do rozporządzania tymi prawami bez ograniczeń;
 - c) przekazuje bezpłatnie i bezterminowo prawa autorskie i osobiste Organizatorowi do wykorzystania złożonych materiałów na wszystkich polach eksploatacji;
 - d) wyraża zgodę na dokonywanie przez Organizatora po zakończeniu konkursu ewentualnych modyfikacji zgłoszonego przez niego projektu kampanii, w celu jego skutecznego wykorzystania.
7. Przesłanie zgłoszenia do konkursu jest równoznaczne z przyjęciem warunków niniejszego Regulaminu.
8. Prace konkursowe nie spełniające wymagań, o których mowa w Regulaminie konkursu lub dostarczone po upływie terminu nie będą podlegały ocenie.

VI. Terminy

1. Zgłoszenie udziału w Konkursie - do 10 września 2013r.
2. Udział wszystkich członków grup zgłoszonych do konkursu w spotkaniu I - 20 września 2013r.
3. Złożenie prac konkursowych - do 15 listopada 2013r.
4. Udział wszystkich członków grup zgłoszonych do konkursu w spotkaniu II - do 29 listopada 2013r. (termin przewidywany).
Podczas spotkania nastąpi podsumowanie konkursu i ogłoszenie wyników, a twórcy nagrodzonego projektu zostaną poproszeni o zaprezentowanie pracy konkursowej.

VII. Komisja konkursowa

Kryteria oceny prac konkursowych

1. Rozstrzygnięcia konkursu dokona Komisja konkursowa powołana przez Prezydenta Miasta Koszalina, złożona z pracowników Urzędu Miejskiego w Koszalinie.
2. Komisja Konkursowa dokonuje oceny prac zgodnie z poniższymi kryteriami oceny.

3. Zastrzega się, że Komisja może dokonać warunkowego wyboru zwycięskiego projektu, tzn. uzależnić uznanie danego projektu za zwycięski od wprowadzenia przez uczestnika konkursu określonych przez Komisję zmian projektu. Dokonanie przez uczestnika zmian wymaganych przez Komisję i przedstawienie w ten sposób zmodyfikowanego projektu skutkować będzie uznaniem zmodyfikowanego projektu za zwycięski.
4. Decyzja Komisji konkursowej w sprawie przyznania nagród lub wyróżnień jest ostateczna i nie przysługuje od niej prawo odwołania.
5. Z przebiegu konkursu sporządzony zostanie protokół.

Prace oceniane będą pod względem kreatywności treści kampanii, jej spójności oraz zasadności użycia konkretnych narzędzi promocyjnych.

Kryteria oceny:

- a) spełnienie wymogów określonych Regulaminem,
- b) zgodność pracy konkursowej z tematem konkursu,
- c) skuteczność przekazu – możliwy stopień dotarcia do mieszkańców Koszalina,
- d) spójność kampanii – zgodność projektu kampanii z założeniami i celami, spójność poszczególnych elementów,
- e) wartość merytoryczna i walory edukacyjne, dydaktyczne i wychowawcze, w tym zgodność treści przekazywanych w ramach projektu z obowiązującymi zasadami/przepisami oraz możliwość wykorzystania do szerszych kampanii,
- f) atrakcyjność i estetyka pracy konkursowej (walory artystyczne i promocyjne),
- g) intensywność i skala zaproponowanych działań,
- h) pomysłowość, poziom oryginalności i twórczego podejścia do tematu, innowacyjność kampanii – innowacyjne podejście do zagadnień kampanii, atrakcyjność i kreatywność rozwiązań wizualnych i słownych,
- i) dostosowanie zaproponowanych działań do specyfiki przedmiotu kampanii - czytelność i komunikatywność przekazu,
- j) nakład pracy związanej z przygotowaniem projektu.

VIII. Nagrody

1. Zwycięzcy konkursu otrzymają nagrody o wartości: do 700,00 zł /każdy uczeń i do 350,00 nauczyciel/opiekun.
2. Organizator zastrzega sobie możliwość przyznania większej ilości nagród lub wyróżnień.
3. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za brak możliwości przekazania nagrody z przyczyn, leżących po stronie Uczestnika.

IX. Postanowienia końcowe

1. Organizator zastrzega sobie prawo zmiany Regulaminu.
Organizator konkursu zastrzega sobie prawo do zmiany czasu trwania konkursu i jego rozstrzygnięcia, a nawet odwołania konkursu w przypadku zdarzeń losowych.
2. Organizator konkursu nie odsyła złożonych prac.
3. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za uszkodzenia dostarczonych prac konkursowych.
4. Organizator zastrzega sobie prawo do nieodpłatnego wykorzystywania wszystkich nadesłanych prac, w tym ich fragmentów, w prezentacjach i publikacjach związanych z konkursem oraz w innych celach promocyjnych Miasta. Uczestnik, przystępując do konkursu, wyraża na to zgodę i zobowiązuje się nie zgłaszać żadnych roszczeń względem Organizatora.
5. Uczestnik, przystępując do konkursu, wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych w zakresie niezbędnym dla potrzeb konkursu oraz do zamieszczania ich w środkach społecznego przekazu (prasa, radio, telewizja, internet) w wypadku, gdy zostanie nagrodzony.
6. Każdy uczestnik ma prawo zwrócić się do organizatora konkursu o wyjaśnienie treści Regulaminu konkursu. Pytania należy kierować pisemnie na adres e-mail: dorota.kedzierska@um.man.koszalin.pl / joanna.bazylczyk@um.man.koszalin.pl, telefonicznie: 94-348-86-87 / 94-348-88-45 lub osobiście: Urząd Miejski w Koszalinie, Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska, ul. Adama Mickiewicza 26, I piętro, pokój nr 32.

SPIS ZAŁĄCZNIKÓW

Załącznik Nr 1 – Karta zgłoszeniowa

Załącznik Nr 2 – Karta informacyjna

KARTA ZGŁOSZENIOWA		
Placówka zgłaszająca grupę projektową (pieczętka)		
Grupa projektowa		
UCZNIOWIE		
1	Imię i nazwisko	
	Adres zamieszkania	
	Klasa	
	Wiek	
2	Imię i nazwisko	
	Adres zamieszkania	
	Klasa	
	Wiek	
3	Imię i nazwisko	
	Adres zamieszkania	
	Klasa	
	Wiek	
4	Imię i nazwisko	
	Adres zamieszkania	
	Klasa	
	Wiek	
5	Imię i nazwisko	
	Adres zamieszkania	
	Klasa	
	Wiek	
NAUCZYCIEL/OPIEKUN		
Imię i nazwisko		
Adres zamieszkania		
Telefon		
E-mail		

Koszalin,
(data)

.....
(podpis i pieczętka imienna dyrektora placówki oświatowej)

KARTA INFORMACYJNA		
Placówka oświatowa (pieczętka)		
Grupa projektowa		
1	Imię i nazwisko ucznia	
2		
3		
4		
5		
Imię i nazwisko nauczyciela/opiekuna		
PRACA KONKURSOWA <i>(projekt kampanii i multimedialna prezentacja projektu kampanii)</i>		
Hasło kampanii		
Lista załączników do karty informacyjnej	1.	

Koszalin,
(data)

.....
(podpis i pieczętka imienna dyrektora placówki oświatowej)