



GENIUS UNIVERSITATIS – REGULAMIN KONKURSU

I POSTANOWIENIA OGÓLNE

§1

1. Niniejszy regulamin określa warunki, na jakich odbywa się II edycja *Genius Universitatis*, konkursu dla szkół wyższych realizujących najciekawsze kampanie rekrutacyjne, zwanego dalej Konkursem.
2. W Konkursie mogą brać udział szkoły wyższe zwane dalej Uczelniami.
3. Organizatorem jest Wydawnictwo Perspektywy Press Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Nowogrodzka 31 zwane dalej Organizatorem.
4. Prace zgłoszone do Konkursu ocenia Jury zwane dalej Kapitułą.

§2

1. Organizator Konkursu przygotowuje go we współpracy z magazynem Brief i portalem Brief.pl.
2. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w regulaminie Konkursu.
3. Wszelkie zmiany w regulaminie będą podawane do wiadomości uczestników za pomocą poczty elektronicznej.

II UCZESTNICZY I CELE KONKURSU

§3

1. W Konkursie uczestniczyć mogą polskie Uczelnie, reprezentowane przez Działy Promocji, lub inne działy uczelni odpowiadające za promocję i rekrutację.
2. Konkurs jest otwarty dla wszystkich Uczelni, które biorą lub wezmą udział w „Międzynarodowym Salonie Edukacyjnym Perspektywy 2012” (1-3 marca 2012 r., Warszawa, PKiN) i/lub brały udział w Ogólnopolskiej Kampanii Promocyjnej „Salon Maturzystów Perspektywy 2011”.

§4

1. Cele Konkursu:

- a) propagowanie i promowanie nowoczesnych oraz nowatorskich praktyk, narzędzi marketingowych stosowanych przez Uczelnie;
- b) wspieranie rekrutacji na studia
- c) promocja uczelni biorących udział w Konkursie

III. WARUNKI KONKURSU

§5

1. Prace Konkursowe zgłaszane być mogą od 1.01.2012 do 10.02.2012
2. Do konkursu można zgłaszać narzędzia marketingowe wykorzystywane w promocji i rekrutacji na studia w okresie od 01.01.2011 do 31.12.2011.
3. Warunkiem wzięcia udziału w Konkursie jest:
 - a) Wypełnienie i przesłanie do dn. 10.02.2012 internetowego formularza zgłoszeniowego wraz z załącznikami dokumentującymi stosowanie konkretnych praktyk marketingowych.
 - b) Przesłanie pocztą na adres Biura Konkursu egzemplarzy okazowych w zgłoszonych kategoriach: *Perspektywy Press Sp. z o.o., ul. Nowogrodzka 31, 00-511 Warszawa* z dopiskiem *Biuro Konkursu „Genius Universitatis”*.
4. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpi dnia 1.03.2012. Wyniki zostaną oficjalnie podane i zaprezentowane podczas Międzynarodowego Salonu Edukacyjnego *Perspektywy 2012* w Warszawie.
5. Każda Uczelnia jest reprezentowana przez upoważnioną osobę zgłaszającą ją do konkursu.
6. Uczelnia posiada materialne prawa autorskie do wykorzystywania załączonych, do konkursu, narzędzi.
7. Wysłanie formularza jest równoznaczne z potwierdzeniem zapoznania się z regulaminem Konkursu oraz zaakceptowaniem wszystkich jego punktów.
8. Warunkiem uczestnictwa jest:
 - a) wysłanie formularza w terminie;
 - b) wysłane formularze muszą być prawidłowo wypełnione oraz posiadać załączone pliki w swoich kategoriach;
 - c) zgłoszenia oraz pliki przesyłane pocztą elektroniczną nie będą rozpatrywane przez Kapitułę.
9. Osoba upoważniona do reprezentowania Uczelni uczestniczącej w konkursie wysyłając formularz:
 - a) oświadcza, że Uczelnia posiada autorskie prawa majątkowe do narzędzi marketingowych na wszystkich polach eksploatacji i przenosi je na Organizatora w zakresie niezbędnym do ich publikacji i/lub innego rozpowszechniania oraz dokonywania ich opracowania w stopniu, jaki Organizator uzna za stosowny dla prawidłowej realizacji założeń konkursu;
 - b) wyraża zgodę na przetwarzanie i udostępnianie danych Uczelni, podanych w formularzu konkursowym.
10. Organizator nie jest zobowiązany do zwrotu nadesłanych materiałów, ani do zwrotu kosztów wynikających z ich przesłania do Biura Konkursu.
11. Organizator zastrzega sobie prawo do publikacji nie nagrodzonych materiałów.
12. Decyzje Kapituły i Organizatora są nieodwoławalne i niezaskarżalne.

IV. KATEGORIE I KRYTERIA OCENY

§6

1. Każda Uczelnia może zgłaszać prace w jednej lub więcej kategorii Konkursowych:

- a) reklama prasowa wspierająca rekrutację;
- b) film promocyjny wspierający rekrutację;
- c) broszura, informator o rekrutacji;
- d) gadżet promocyjny wspierający rekrutację;
- e) rekrutacyjny serwis internetowy.

§7

1. Na ostateczną ocenę wpływ będą mieć:

- a) nowatorstwo pomysłu;
- b) spójność stosowanego narzędzia marketingowego z deklarowaną misją i wartościami uczelni;
- c) skonstruowanie narzędzia zgodnie z zasadami sztuki;
- d) czytelność przekazu informacji rekrutacyjnej;
- e) estetyka i wartość artystyczna wykonania.

§8

1. Kapituła Konkursu ma prawo nie przyjąć zgłoszeń niezwiązanych z tematyką Konkursu, zawierających rażące błędy merytoryczne, bądź propagujące ich niewłaściwe techniki marketingowe.

V. NAGRODY

§9

1. Spośród nadesłanych zgłoszeń, Kapituła Konkursu wyłoni zdobywców Grand Prix oraz zdobywców miejsc 2 i 3 w poszczególnych kategoriach.

2. Skład Kapituły Konkursu:

- Grzegorz Kiszluk – przewodniczący – redaktor naczelny Magazynu Brief i brief.pl;
- prof. dr hab. Alojzy Nowak – dziekan Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego;
- prof. dr hab. Jan Garlicki – prezes CBM Indicator
- dr Józef Węgrzyn – producent telewizyjny, były dyrektor Programu II TVP;
- Magda Rulska – dyrektor marketingu Perspektywy Press;
- Paweł Tkaczyk – właściciel agencji reklamowej MIDEA, specjalista od e-marketingu;

3. Kontakt ze zwycięzcami konkursu będzie prowadzony za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz innych danych, które zostały podane w formularzu zgłoszeniowym do Konkursu.

4. Nagrodami w Konkursie w każdej kategorii są:

I miejsce:

- a) pamiątkowa statuetka i dyplom;
- b) billboard o rozmiarze 750 x 100 px w portalu perspektywy.pl na okres 1 miesiąca;
- c) mailing – 5 województw

II miejsce:

- a) pamiątkowy dyplom
- b) mailing – 3 województwa

III miejsce:

- a) pamiątkowy dyplom
- b) mailing – 1 województwo

5. Najlepsze narzędzia marketingowe nagrodzone w Konkursie zostaną zaprezentowane:

- a) na wystawie podczas Międzynarodowego Salonu Edukacyjnego Perspektywy 2012 (1-3 marca, Warszawa, PKiN);
- b) w portalu perspektywy.pl i Magazynie Perspektywy;
- c) w portalu brief.pl i Magazynie Brief;
- d) W newsletterze wysłanym do wszystkich uczelni publicznych i niepublicznych w Polsce oraz do maturzystów 2012.