



PREXA 2024

A magyarországi PR-tevékenység legjobb gyakorlatainak versenye

A MAGYAR PUBLIC RELATIONS SZÖVETSÉG

PÁLYÁZATI KIÍRÁSA

A DÍJRÓL

A Magyar Public Relations Szövetség ("MPRSZ") célja, hogy a legjobb gyakorlatok bemutatásával és díjazásával követendő példát állítson a hazai kommunikációs szakma művelőinek. Ebből a célból 2024-ben ismét meghirdeti "A magyarországi PR-tevékenység legjobb gyakorlatainak versenyét" ("PREXA 2024").

A PREXA 2024 díjpályázat célja, hogy megmérettetési lehetőséget adjon minden, az előző évben Magyarországon megvalósított PR-aktivitásnak és szakmai szempontok szerint értékelje azokat. A PREXA évről évre iránytűként szolgál az olyan kommunikációs kampányok világában, ahol a bizalomépítés, a hitelesség, a hatékonyság és a stratégiai szemlélet a legfőbb szempontok. Az MPRSZ bízik abban, hogy ez a díj hozzájárul a public relations szakma elismertségének erősödéséhez, valamint a szakmai színvonal további növekedéséhez.

A PREXA 2024 díjpályázaton elért helyezések beleszámítanak a Kreatív Magazin által minden évben összeállított APEX PR Toplista rangsorának meghatározásába. A PREXA 2024 díjjal elérhető APEX PR Toplista pontok ezen a [linken](#) tekinthetők meg.

A PREXA 2024 díjpályázaton PR területek és iparág alapján 13-15 kategóriában lehet pályázni és díjat nyerni, ezen kategóriákon kívül kiosztunk egy fődíjat és 3 további díjat.

A Pályázat Kiírója

A Pályázat Kiírója, az MPRSZ a magyarországi PR-szakma érdekképviseleti, szakmafejlesztő és szolgáltató civil szervezete. A szövetség 1990-ben alakult, több, mint 200 tagja között szabadúszó PR-szakemberek, ügynökségek, vállalati tagok, civil szervezetek, valamint egyetemi oktatók és társadalomkutatók is képviselik magukat.

Az MPRSZ az International Communication Consultancy Organisation (ICCO) és a Global Alliance (GA) tagja, valamint stratégiai partnere a Chartered Institute of Public Relations (CIPR) és az International PR Association (IPRA) szervezeteknek is.

NEVEZÉSI DÍJ ÉS HATÁRIDŐ

DÁTUMOK:

Early bird időszak: 2024. március 18 - április 5.

Normál nevezés: 2024. április 6 – május 6.

Late Entry: 2024 május 7 – 14.

Shortlist eredmény: 2024. május 28.

Élő zsűrizés, shortlistes pályaművek prezentációja: 2024. június 4.

Eredményhirdetés: 2024. június 20.

A 2024. május 14-e után beérkezett pályázatok érvénytelenek.

Nevezési díj

A PREXA 2024 pályázat nevezési díja: 58 000 Ft + Áfa. Az MPRSZ tagok 20% kedvezményt kapnak a nevezési díjból a normál és a late entry időszakban. A 3. nevezéstől pályázonként 20% kedvezményt biztosítunk a nem szövetségi tag indulók számára.

A kedvezmények nem összevonhatóak!

Early bird	46.400,-+ÁFA/pályázat
Normál nevezési díj	58.000,-+ÁFA/pályázat
Late entry	69.600,-+ÁFA/pályázat

A nevezés után az MPRSZ munkatársa felveszi a Pályázóval a kapcsolatot a számlázás részleteiről. Amennyiben a nevezési díj nem érkezik meg 2024. május 14-ig, a pályamunka nem kerül a zsűri elé. A nevezés megrendelésnek minősül, így fizetési kötelezettséggel jár.

KI PÁLYÁZHAT?

Pályázó lehet minden olyan, Magyarországon bejegyzett PR-ügynökség és szervezet (vállalat, civil szervezet, állami, egyházi vagy önkormányzati intézmény, külön vagy együtt), illetve magánszemély, amely/aki 2023. január 1. és 2023. december 31. között a pályázati kiírásnak megfelelő PR-aktivásban részt vett (a továbbiakban: "Pályázó"). A Pályázat Kiírója nem fogad el politikai és/vagy pártokhoz kötődő kampányokat.

Amennyiben a pályázatban szereplő PR-aktivitás közreműködő (pl. ügynökség) bevonásával valósult meg és a pályázatot az abban részt vevő felek közösen nyújtják be, úgy a Pályázónak a pályázati adatlapon társpályázóként meg kell jelölnie a közreműködő(ke)t is az elérhetőségeikkel együtt (a továbbiakban: "Társpályázó(k)"), és jogszatosság vállalása mellett nyilatkoznia kell arról, hogy a pályázat benyújtásakor a Társpályázó képviselőjére jogosult, illetve a Társpályázó a pályázat benyújtásához hozzájárult.

Amennyiben a közreműködővel megvalósított PR-aktivitást a Pályázó önállóan – társpályázók feltüntetése nélkül – kívánja benyújtani, úgy a Pályázónak jogszatosság vállalása mellett nyilatkoznia kell arról, hogy jogosult a Pályázatot önállóan benyújtani.

Pályázó teljes körű kártérítési felelősséget vállal arra az esetre, amennyiben fenti jognyilatkozata(i) a valóságnak nem felelnek meg.

A nevező felel a pályázati úrlapon megadott adatok valódiságáért.

A PREXA 2024 díjpályázaton helyezés elérésének, illetve a Kreatív Magazin APEX PR Toplistáján való pontszerzés feltétele a pályázói, megbízáói (társpályázói) minőség.

A PREXA 2024 DÍJÉRT KAPHATÓ APEX PR TOPLISTA PONTOK A TÁRSPÁLYÁZÓK KÖZÖTT A NEVEZÉSI ÚRLAPON FELTÜNTETETT ARÁNYBAN, ILLETVE ENNEK HIÁNYÁBAN EGYENLŐ ARÁNYBAN OSZLANAK MEG, AMENNYIBEN A PÁLYÁZÓ A MEGBÍZÓT NEM TÜNTETTE FEL, AKKOR A MEGBÍZÓ NEM KAP PONTOT

PÁLYÁZHATÓ KATEGÓRIÁK

A pályázat nyelve magyar, a nemzetközi kategóriánál angol. A nemzetközi kategóriánál nincsenek alkategóriák sem iparág, sem szakterület alapján.

PR-SZAKTERÜLETEK ALAPJÁN

1. Storytelling

A PR-szakma egyik ereje a jó történetekben rejlik. Ebben a kategóriában azokat a kampányokat, kommunikációs programokat és akár platformokat várjuk, amelyek egy-egy jó(l) elmesélhető történetre épülnek.

2. Digitális kommunikáció: kifejezetten digitális megoldásra építő kampány (pl: AI, IR, data)

A technológiára és az adatok használatára épülő kommunikációs megoldásokat keresünk ebben a kategóriában. Fontos, hogy a digitális megoldások eszközként jelenjenek meg és öncélúság helyett a kommunikációs célokat támogassák.

3. Általános hírnévmenedzsment

A pályázati kiírásban meghatározott időszakban, de minimum 6 hónapon keresztül az ügyfél, illetve saját szervezet számára végzett, több PR-szakterületre kiterjedő ügynökségi, illetve vállalaton belüli PR-tevékenység, amely mérhetően hozzájárult a vállalat/szervezet reputációjának javításához, a hírnév fejlesztéséhez, megőrzéséhez, az esetlegesen sérült hírnév helyreállításához.

4. Issue management / Specifikus hírnévmenedzsment

Olyan, a pályázati időszakban végzett, időben egyértelműen behatárolható, az 3. kategóriánál rövidebb időtartamú, mérhető eredménnyel rendelkező kommunikációs aktivitás, amely a PR-szakma klasszikus szakterületei közül legalább egyet azonosít és többféle megoldást is hasznosít (a sajtókapcsolatoktól a digitális kommunikáción keresztül a rendezvényszervezésig). Továbbá olyan, a reputációt javító és/vagy a tágabb környezettel való kapcsolatot (ideértve a hatóságokat

és kormányzati szerveket is) pozitívan formáló tevékenységek, amelyek rövidebb időtartamot öleltek fel és konkrét eredményre vezettek.

5. Kríziskommunikáció

Azzal kapcsolatos kommunikációs aktivitás vagy kampány, hogy egy szervezet a nem rendeltetésszerű működés közben, sorozatos és/vagy nagymértékű negatív hatások közepette és kedvezőtlen környezetben hogyan tartja fenn kapcsolatát a külvilággal, illetve milyen intézkedéseket tesz annak érdekében, hogy a kialakult válsághelyzetet enyhítse és mielőbb kezelje.

6. PR-vezérelt integrált kampány

A PR-szakma nagy ereje, hogy a klasszikus sajtókommunikáción túl a kommunikációs eszközök széles tárházát is (például saját vagy fizetett felületek) fel tudja **használni az üzenet hatásának erősítésére. Olyan pályamunkákat keresünk**, amelyek a kommunikációs mix több elemét is tartalmazzák, de az alapötlet, a koncepció, a történet kifejezetten PR-szemlélettel született meg, és ez felfedezhető mind a kampányban, mind annak eredményeiben.

7. Belső kommunikáció

Olyan kommunikációs tevékenységek, amelyek fő célja a szervezeten belüli jobb információáramlás kialakítása a szervezeti egységek és a munkavállalók között. Ez az információáramlás lehet horizontális és/vagy vertikális, és lényegi eleme az interaktivitás, vagyis, hogy a kommunikációs kapcsolat két- vagy többirányú legyen.

8. B2B kampány

A fogyasztóknak szánt kampányok mellett egyre nagyobb ereje és piaca van a B2B kommunikációs eszközöknek. Ebben a kategóriában kifejezetten a szakmai kapcsolatok építésére vonatkozó megoldásokat keresünk, amelyeket alapvetően a PR gondolatiság ösztönzött.

9. Társadalmi kommunikáció / Közérdekű ügyek kezelése / Társadalmi hatás

Szélesebb értelemben vett, a társadalom vagy annak egy része érdekében végzett kommunikációs tevékenység, amely adott témában és területen szemléletmódot formál, érzékenyít, figyelmet hív fel, adott témáról az általános tudásszintet emelni hivatott, illetve a hátrányos helyzetű csoportok segítése köré épített kommunikációs kampányok.

10. Fenntarthatóság, környezetvédelem

Olyan kampányokat, vállalati és kommunikációs programokat keresünk, amelyek a szervezet működésével összhangban a környezeti fenntarthatóságért tesznek akár figyelemfelhívással, különféle érintetti csoportok bevonásával vagy egyéb aktivitással. Kiemelt figyelmet fordítunk a hitelességre.

11. Corporate Communications / Public Affairs

Az intézményi kommunikáció kulcsterület a szakmánkon belül, ezért olyan megoldásokat keresünk, ahol a vállalati szektor híreinek értékes megosztása, vezetők profilírozása, az érdekérvényesítés, szabályok módosítása volt a cél, és a kommunikáció által vezérelt program sikereket ért el.

12. Pro-bono

Olyan kampányokat keresünk, amelyeket ügynökségek vagy szabadúszók térítés nélkül végeztek megbízóik számára, és kreativitásukkal, eredményességükkel, társadalmi vagy gazdasági hatásukkal tűnnek ki.

13. Kis költségvetésű (1M Ft büdzsé alatti) kampányok

Ezzel a kategóriával kívánunk teret adni a startupoknak, mikro- és kisvállalkozásoknak, szabadúszó kommunikációs szakembereknek, hogy megmutassák, egy jó ötlettel, szakszerű és kreatív kivitelezéssel is lehet sikert elérni a kommunikációs piacon.

IPARÁGAK ALAPJÁN

1. Művészet, kultúra
2. Egészségügy
3. Energetika
4. Építőipar, ingatlan
5. Pénzügy, bank, biztosítás
6. Startup
7. Szállítás, közlekedés, autóipar
8. Turizmus, vendéglátás
9. FMCG
10. Média, szórakozás, sport
11. Non-profit, civil szféra
12. Technológia, Telekommunikáció, IT
13. Közigazgatás, kormányzati, állami intézmény
14. Professzionális szolgáltató
15. Vallásos szervezetek, egyházak, egyházi fenntartású intézmények

A kiosztott díjak a kategóriákon kívül:

Az Év Civil PR-szakembere Díj

A hosszú listára kerülő kommunikációs szakembereket az előzsűritagok jelölik a kulturális, civilszervezeti, oktatási, egyházi és karitatív szférából.

Szemponatok: szakmai eredmények, ismert, eredményes kampányok, oktatási eredmények, publikációs tevékenység, társadalmi szerepvállalás.

Minden előzsűritag maximum 3 szakembert jelölhet, a győztest pedig a fősűri választja ki.

Az Év Ügynöksége

A Kiíró a leadott pályázatokra érkezett pontok alapján választja ki az év PR-ügynökségét.

Innovatív megoldások/Az újdonság ereje Díj

A leadott pályázatok alapján a zsűri különdíjjal értékelheti az adott évben újdonságot, innovációt, érdekes megoldást választó pályázato(ka)t.

Fődíj

A kategórianyertesek közül a leginkább kiemelkedő pályamű nyeri el a PREXA 2024 fődíját.

A PÁLYÁZAT BENYÚJTÁSÁVAL KAPCSOLATOS TUDNIVALÓK

Az online pályázati űrlap és a nevezési feltételek elérhetőek a <https://prexcellence.hu/nevezes/#palyazat-benyujtasa> oldalon.

A pályázat nyelve magyar, a nemzetközi kategóriánál angol. A magyar nyelven benyújtott pályázatokat független hazai zsűri értékeli, az angol nyelven benyújtott pályázatokat független nemzetközi zsűri értékeli. Az azonos kampányra vonatkozó magyar és angol pályázati anyagok külön pályázati anyagnak számítanak. Egy nevezés csak egy PR-aktivást (kampányt) tartalmazhat.

A pályázati anyag kizárólag a honlapon található űrlap kitöltésével nyújtható be.

Pályázati törzsanyag – egy darab max. 20 slide-ból álló prezentációs anyag PDF formátumban.

Minden pályázatot PDF formában kérünk beadni. Kérjük, lehetőség szerint ebben helyezték el az esetleges illusztrációs anyagokat vagy videó(k)ra mutató linke(ke)t is, ugyanakkor azokat külön is csatolhatjátok. Kérjük, hogy a nagy terjedelmű fájlok esetében használjátok a WeTransfer szolgáltatást, és a honlapon található űrlapon adjátok meg a feltöltött anyagok elérhetőségének linkjét.

Amennyiben a pályázati anyagban bemutatott digitális megoldások webes vagy mobilalkalmazásokat is magukban foglalnak, az alkalmazás elérését az MPRSZ számára lehetővé kell tenni.

Egyéb beadandó anyagok:

300-500 karakteres összefoglaló a pályázatról (ezt publikáljuk, ha a pályázat shortlistre kerül).

Minden, az űrlapon bejelölt kategória külön nevezésnek minősül.

Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy a terjedelmi korlátot meghaladó, vagy nem a megadott felépítésben (lásd a lentebb részletezett 8 pontból álló egységet a pályázat bemutatásáról) beadott pályázatokat a versenyből kizárja.

Amennyiben a benyújtott pályázat pótolható hiányt tartalmaz, úgy az MPRSZ – 2 napos határidő túzésével – hiánypótlásra hívja fel a Pályázót. A hiánypótlási határidő elmulasztása esetén az MPRSZ a rendelkezésre álló információk alapján értékeli a pályázatot.

A határidőn kívül érkezett pályázatokat nem tudjuk elbírálásra befogadni.

Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy amennyiben a szakmai zsűri egy adott kategóriában egyetlen pályázatot sem értékeli a PREXA 2024 díjra, akkor az adott kategóriában ne adjon ki díjat.

A nevezési díjak visszatérítésére nincs mód.

A zsűri fenntartja magának a jogot, hogy az egyes pályázatokat indoklás nélkül másik kategóriába sorolja át.

A pályázatot benyújtó szervezetek hozzájárulnak, hogy pályaműveik összefoglalóját (300-500 karakteres összefoglaló a pályázatról) az MPRSZ a honlapján közzé tegye. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatokat szerepeltessetek, amelyek nyilvánosak.

Ha kérdésed lenne a pályázati űrlap kitöltésével kapcsolatban vagy segítségre van szükséged, fordulj hozzánk az iroda@mprsz.hu e-mail címen vagy a +36 30 397 4176-os telefonszámon. Köszönjük!

JOGNYILATKOZAT

A pályázatra nevező szervezet (vállalat, civil szervezet, intézmény) illetve egyéb Pályázó (magánszemély, egyéni vállalkozó stb.) nevezésével tudomásul veszi, hogy az MPRSZ a nyertes pályaművek összefoglalóját közzéteszi a honlapján.

Pályázó ezért köteles egy 300-500 karakteres összefoglalót csatolni pályázatához, Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy ebben a részben csak olyan adatokat szerepeltessetek, amelyek közzétehetőek.

A nevezés során a nevezéshez csatolt PR-aktivitást megjelenítő szerzői jogi mű ("Mű") jogtulajdonosának, illetve a képviselőjében eljáró személynek az alábbiakról kell nyilatkoznia:

- A nevezést benyújtó személy jogosult a jogtulajdonos képviselőjében nyilatkozni a nevezett Mű, illetve a pályázati anyagban használt védjegy felhasználásának engedélyezésére vonatkozóan.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviselőjében térben és időben korlátozott felhasználási jogot enged az MPRSZ-nek a Mű jelen Pályázati Kiírás szerinti felhasználására vonatkozóan.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviselőjében szintén engedélyezi, hogy az MPRSZ pályázati anyagban felhasznált védjegyet a Pályázati Kiírásnak megfelelő célhoz kapcsolódóan felhasználja.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviselőjében kijelenti és jogszatossággal tartozik azért, hogy az általa benevezett Műben felhasznált valamennyi szerzői és szomszédos jogi mű (pl. szereplők, irodalmi forgatókönyv, zene) tekintetében rendelkezik a jelen Pályázati Kiírás szerinti célnak megfelelő felhasználási engedéllyel, amelyekkel kapcsolatban a Mű szerzői vagy szomszédos jogi jogosultjainak díjigénye nincsen.

A jelen Pályázati Kiírásnak megfelelő célú felhasználás körébe az alábbiak tartoznak különösen:

- a zsűri tagjai általi megtekintésre történő felhasználás;
- a Mű vetítése a nyilvános prezentáción, illetve a díjátadón;
- a Mű nyilvános közzétételre szánt részletének közzététele az MPRSZ weboldalán és közösségi média oldalain, valamint a PREXA népszerűsítését célzó események, tevékenységek során.

A PÁLYÁZATOK FELÉPÍTÉSE

A pályázatokban az alábbi egységeket kérjük elkülöníteni:

1. Alaphelyzet bemutatása, kommunikációs kihívások

2. Nyilatkozat arról, hogy a pályázatban szereplő alapötlet/koncepció a pályázó önálló szellemi terméke-e, vagy a megbízótól/más ügynökségtől származik-e (vagy például egy globális kampányra épül-e)
3. Célok, célcsoportok
4. Kommunikációs stratégia és üzenetek
5. A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök, és időzítésük
6. A munka/kampány eredményének mérési módszerei és ténylegesen elért eredmények bemutatása
7. A munka/kampány jövőbeni felhasználási/folytatási lehetőségei
8. A kitűzött célok elérésének értékelése

Értékelési szempontok:

A Magyar Public Relations Szövetség az egyéb programjai mellett a szakmaiság fejlesztését tűzi ki a PREXA díjjal is. Szeretnénk megmutatni, hogy a PR a médiakapcsolatokon túl a párbeszédre épülő, többirányú kommunikáció, a történet erejére épít - ezért elsősorban olyan kampányokat, kommunikációs programokat keresünk, amely ezen szemléletmód alapján készülnek és amelyek jól kimutatható eredményt érnek el. A PR-eszközöket mi tágabb értelemben értjük, ezért fontosnak tartjuk, hogy a kizárólag szerzett tartalmakon túl saját, megosztott és akár fizetett megoldásokat is tartalmazhatnak. Bízunk benne, hogy a díjazott pályamunkák a társszakmák és az üzleti területek számára is értékesek lesznek, egyben erősítik a PR szemléletmódjának elterjesztését a szervezetek működésében.

A zsűri a pályamunkákat a fenti szellemiség mentén az alábbi szempontok alapján értékeli:

Stratégia (Az alapkoncepció értékelése – amennyiben a pályázótól származik az –, a szakmai eszköztár kiválasztása, használatának egyensúlyozása, iparági ismeretek és a választott kommunikációs stratégia)

Insight (A kampány koncepciót megalapozó kutatások, kvantitatív és kvalitatív adatok pontossága, mélysége és értelmezése)

Kivitelezés, megvalósítás (A munka alaposága, a megvalósítás gondossága és részletessége)

Eredményesség (Mérőszámok alapján, a kampány/projekt hatása az ügyfél üzletmenetére)

Hatékonyság (A lehető legalacsonyabb költséghányad mellett a legnagyobb hatékonyság elérése)

Reputációmenedzsment (Hogyan hatott az adott aktivitás a szervezet megítélésére, hírnevére)

Innováció és kreativitás (Újszerűség, egyéni látásmód, a megszokott kommunikációs keretek kitágítása)

Megvalósítás, kivitelezés, felhasználóbarátság (Célcsoportnak megfelelő kommunikációs csatornák és eszközök használata, közérthetőség, könnyű használhatóság és/vagy adaptálhatóság)

Reklámegyenértéket tartalmazó (AVE) pályaművek esetében pontlevonás jár! Pontlevonás mértéke: 3 pont.

Az MPRSZ és az ICCO által akkreditált pályázó ügynökségek számára extra pontokat írunk jóvá minden pályázat esetében:
Extra pont mértéke: 3 pont

A pályázóknak beadáskor nyilatkozniuk kell, hogy a beadott pályamunkák maximálisan tiszteletben tartják az [MPRSZ Etikai Kódexét](#), a Reklámetikai Kódexet és a hatályos magyar jogszabályokat, illetve nem sértik harmadik személy jogát vagy jogos érdekét.

A ZSÚRI ÉRTÉKELÉSÉNEK FOLYAMATA

A szakmai zsűri két részből áll, előzsűriből és fősűriből, a bírálat első körben online rendszerben zajlik. Az előzsűrizés során az előzsűri tagjai a 8 értékelési szempont alapján állítják össze a shortlistre kerülő pályamunkák listáját.

A zsűritagok egyes kategóriák szerinti kiválasztása akként történik, hogy az általuk értékelt pályázatok tekintetében ne álljon fel összeférhetlenség (ideértve különösen jelenlegi vagy korábbi munkaviszonyt vagy megbízási jogviszonyt, illetve egyéb üzleti kapcsolatot és üzlet érdekeltséget).

A zsűritag maga is köteles jelezni, amennyiben a számára értékelésre kijelölt pályázat tekintetében összeférhetlenségi ok áll fenn, vagy a pályázat elbírálása tekintetében egyébként elfogult. Ebben az esetben az adott pályamunkát a zsűritag nem értékeli.

A shortlistre került pályaműveket a pályázók egy előre kihirdetett időpontban 3 percben prezentálják a fősűri és a nézők előtt. A fősűri maximum 3-3 pontot ad a pályázat hitelességére és a prezentáció módjára, majd dönt a végeredményről.

A prezentáció nyilvános, díjköteles esemény, amelyen bárki részt vehet. A rendezvény az MPRSZ tagjainak és a pályázóknak ingyenes, más érdeklődőnek 2.000,-Ft+Áfa/fő.

A zsűri kioszthat minden kategóriában arany-ezüst-bronz díja(ka)t, ezen kívül különdíja(ka)t is kiadhat az egyes kategóriákba nem sorolható, de a pályázat céljait sikeresen támogató pályaművek esetében. A zsűri kiválaszthatja az adott év leginnovatívabb projektjét is, ha úgy ítéli meg, hogy van ilyen. A pályázati anyagokra érkezett pontok alapján a Kiíró kiválasztja az Év PR-ügynökségét is, ezen kívül a fősűri kioszthatja az Év Civil PR-szakembere Díjat, ha értékelhető pályázatok érkeznek be.

Fődíj: A kategórianyertesek közül a legkiemelkedőbb pályamű nyeri el a PREXA 2024 fődíját.

A változtatás jogát fenntartjuk!

EREDMÉNYHIRDETÉS

A pályázat eredményhirdetésére 2024. június 20-án kerül sor egy díjátadó gála keretében. A díjazottak nevét és pályamunkáit közzétesszük az MPRSZ honlapján, valamint a PREXA internetes és közösségi média oldalán is.

KAPCSOLAT

Esetlegesen felmerülő kérdéseikkel kapcsolatban Földes Veronika, az MPRSZ főtitkára áll rendelkezésre.

Mobil: +36 30 397 4176

E-mail: iroda@mprsz.hu

Honlap: <https://prexcellence.hu/>