

REGULAMIN KONKURSU „Reklama społeczna”

§ 1

Postanowienia Ogólne

1. Instytut Socjologii Uniwersytetu Szczecińskiego, zwany dalej Organizatorem, ogłasza konkurs na przygotowanie projektu reklamy społecznej (forma plakatu).
2. Konkurs trwa od dnia 10.02.2016 do dnia 31.03.2016.

§ 2

Cele i warunki uczestnictwa w Konkursie

1. Celem konkursu jest wytypowanie trzech najlepszych prac reklamy społecznej w formie plakatu.
2. Konkurs jest skierowany wyłącznie do uczniów szkół średnich i uczniów klasy trzeciej gimnazjum.
3. Do konkursu można zgłaszać wyłącznie dzieła własnego autorstwa, które nie były w żadnej formie zgłaszane do innych konkursów.
4. Każdy z uczestników może zgłosić w Konkursie 1 projekt (jeden plakat).
5. Dopuszcza się zgłoszenia projektów wykonanych przez więcej niż jedną osobę. W takim przypadku osoby startujące w konkursie będą traktowane i oceniane jako zespół. Osoba, która zgłosiła dzieło indywidualnie, może być również członkiem zespołu.
6. Udział w konkursie jest bezpłatny i dobrowolny.
7. Zgłoszenie projektu do konkursu jest jednoznaczne z zaakceptowaniem warunków niniejszego Regulaminu i oświadczeniem, że prace zgłoszone na konkurs zostały wykonane osobiście i nie naruszają praw osób trzecich.

§ 3

Wymagania dotyczące zgłaszanych dzieł

1. Plakat powinien być złożony w formacie jpg.

§ 4

Zasady zgłaszania dzieł

1. Zgłoszenie dzieła następuje poprzez przesłanie pliku pocztą elektroniczną na adres mailowy: is@univ.szczecin.pl
2. W tytule maila należy wpisać „Konkurs – Reklama społeczna”.
3. W treści maila należy zamieścić:
 - a) Imię i nazwisko autora pracy oraz szkołę, do której uczęszcza.
 - b) Adres mailowy autora dzieła (adres do korespondencji)
 - c) Skopiowane oświadczenie (zamieszczone na końcu niniejszego Regulaminu)

§ 5

Zasady prezentacji (upubliczniania) dzieł

1. Najciekawsze dzieła opublikowane zostaną po rozstrzygnięciu konkursu na stronie internetowej Organizatora oraz podczas wystawy pokonkursowej, która

będzie eksponowana na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Szczecińskiego, na co autorzy dzieł wyrażają zgodę.

2. Publikacja, o której mowa w paragrafie §5.1 nie rodzi po stronie uczestników konkursu, których prace zostaną opublikowane, jakichkolwiek roszczeń wobec Organizatora konkursu.

§ 6

Komisja Konkursowa i kryteria oceny dzieł

1. Organizator w celu dokonania oceny zgłoszonych dzieł oraz dokonania wyboru najlepszych trzech prac Konkursu powołuje Komisję Konkursową (zwaną dalej „Komisją”).
2. Do zadań Komisji należy rozstrzygnięcie Konkursu zgodnie z postanowieniami niniejszego Regulaminu Konkursu oraz zasadami pełnej rzetelności przeprowadzonych czynności.
3. Komisja dokona rozstrzygnięcia Konkursu do dnia 20.04. 2016 r.
4. W dniu 21.04.2015 r. Komisja ogłosi wynik Konkursu poprzez umieszczenie rozstrzygnięcia na stronie internetowej Instytutu Socjologii Uniwersytetu Szczecińskiego.
5. Komisja dokona oceny dzieł według następujących kryteriów:
 - a) znaczenie i społeczna funkcjonalność przekazu,
 - b) oryginalność
 - c) estetyka,
 - d) technika wykonania.
6. Komisja Konkursowa dokona wyboru trzech dzieł (projektów) zajmujących pierwsze, drugie i trzecie miejsce. W przypadku dzieła zgłoszonego przez zespół za zwycięzcę uznaje się zespół.
7. Zastrzega się, że ocena Komisji może skutkować brakiem wyłonienia i wytypowania zwycięskiego dzieła, co jest równoznaczne z rezygnacją z przyznania nagrody, o której mowa w § 7.
8. Komisja w przypadku powzięcia uzasadnionych wątpliwości co do autorstwa zgłoszonego dzieła może podjąć decyzję o niedopuszczeniu dzieła do Konkursu.
9. Decyzje Komisji są niepodważalne i ostateczne. Nie przysługuje od nich odwołanie.

§ 7

Nagrody

1. Zwycięzcom Konkursu (trzy pierwsze miejsca) – autorom lub zespołom nagrodzonych dzieł - zostaną przyznane nagrody pieniężne – 500 zł za 1 miejsce, 350 zł za 2 miejsce i 150zł za 3 miejsce, które laureaci odbiorą w siedzibie organizatora.
2. Wyróżnione prace zaprezentowane zostaną podczas wystawy pokonkursowej na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Szczecińskiego.

§ 8

Przeniesienie praw autorskich i praw pokrewnych

1. Autor nagrodzonego dzieła oświadcza, iż w zamian za otrzymaną nagrodę, przenosi na Organizatora wszelkie majątkowe prawa autorskie i prawa pokrewne, w

tym do reprodukcji i rozpowszechniania dzieła w wybranej przez Organizatora formie na użytek promocyjny Instytutu Socjologii.

§ 9

Odpowiedzialność organizatora i uczestników Konkursu, ochrona danych osobowych

1. Organizator Konkursu nie ponosi odpowiedzialności za naruszenie jakichkolwiek przepisów prawa związanych z dziełami zgłaszanymi przez uczestników Konkursu.
2. Organizator Konkursu nie ponosi odpowiedzialności za roszczenia osób trzecich dotyczące praw autorskich do zgłoszonych dzieł.
3. Wszelką odpowiedzialność za zdarzenia, o których mowa w ust. 1 i 2 ponoszą Uczestnicy Konkursu.
4. Uczestnicy Konkursu zobowiązani są do przestrzegania postanowień niniejszego Regulaminu.
5. Uczestnik Konkursu poprzez zgłoszenie dzieła akceptuje jednocześnie postanowienia niniejszego Regulaminu jak również wyraża zgodę na umieszczenie swoich danych osobowych w doraźnej bazie danych Organizatora oraz na ich przetwarzanie przez Organizatora zgodnie z Ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych wyłącznie w celach związanych z organizacją konkursu, w zakresie koniecznym do jego prawidłowego przeprowadzenia tj. wyłonienia zwycięzcy konkursu.
6. Organizator oświadcza, iż po zakończeniu konkursu wymienione powyżej dane osobowe nie będą przez niego wykorzystywane i zostaną one zniszczone.
7. Akceptując niniejszy Regulamin uczestnik konkursu nieodwołalnie oświadcza także, iż:
 - a) dobrowolnie przystępuje do uczestnictwa w konkursie,
 - b) podane Organizatorowi dane identyfikacyjne są zgodne z prawdą,
 - c) w przypadku zwycięstwa w konkursie wyraża zgodę na publikowanie i wykorzystywanie zgłoszonego dzieła na potrzeby związane z konkursem oraz celem w jakim został on ogłoszony, na warunkach opisanych niniejszym Regulaminem.

§ 10

Postanowienia końcowe

1. Niniejszy regulamin wchodzi w życie z chwilą opublikowania go na stronie Instytutu Socjologii Uniwersytetu Szczecińskiego.
2. Regulamin Konkursu jest dostępny przez cały okres trwania Konkursu, z zastrzeżeniem sytuacji, w których nastąpią problemy techniczne związane z obsługą strony Instytutu Socjologii. Regulamin Konkursu jest ponadto dostępny do wglądu w siedzibie Organizatora.
3. Wszelkie informacje o Konkursie zawarte w jakichkolwiek materiałach promocyjnych i reklamowych mają jedynie charakter pomocniczy, natomiast zakres praw i obowiązków Uczestników Konkursu i Organizatora regulowany jest postanowieniami niniejszego Regulaminu.
4. Uczestnik Konkursu jest zobowiązany niezwłocznie powiadomić Organizatora o zmianie danych podanych uprzednio w celu przekazania Nagrody.

**Załącznik nr 1
do Regulaminu Konkursu Reklama społeczna.**

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, iż zapoznałem/zapoznałam się z Regulaminem Konkursu Reklama społeczna i zgadzam się z warunkami uczestnictwa w Konkursie w nim zawartymi. Oświadczam, iż wyrażam zgodę na gromadzenie i przetwarzanie moich danych osobowych podanych na potrzeby uczestnictwa w Konkursie wyłącznie na potrzeby związane z przeprowadzeniem i rozstrzygnięciem Konkursu, zgodnie z Ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych. Pod rygorem odpowiedzialności odszkodowawczej wobec Organizatora oświadczam, iż są to dane prawdziwe.

.....
Imię i nazwisko osoby przystępującej do konkursu