

Štatút ocenenia Granát

1. Oficiálny názov ocenenia je Granát – spoločenská zodpovednosť vzdelávacích inštitúcií (ďalej len „ocenenie“). Skrátený názov ocenenia je Granát uvedený spolu s rokom, za ktorý sú jednotlivé ceny udeľované.
2. Poslaním ocenenia je informovať, motivovať, podporiť a oceniť jedinečné aktivity vzdelávacích inštitúcií, ktorými šíria myšlienku spoločenskej zodpovednosti a zároveň im vyjadriť verejné uznanie.
3. Vyhlasovateľom a organizátorom ocenenia je Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (ďalej len „organizátor“).
4. O ocenenie sa môžu uchádzať vzdelávacie inštitúcie, ktoré v predchádzajúcom roku realizovali projekt zameraný na niektorú z oblastí spoločenskej zodpovednosti: sociálnu, environmentálnu alebo ekonomickú.
5. Nominácie na udelenie ocenenia Granát môžu zaslať všetky typy škôl (štátne, verejné, súkromné, cirkevné) pôsobiace v Slovenskej republike, ktoré poskytujú základné, stredoškolské a vysokoškolské vzdelanie.
6. Každá vzdelávacia inštitúcia sa môže uchádzať o ocenenie len s jedným projektom. Projekt, s ktorým sa vzdelávacia inštitúcia uchádza o ocenenie, nesmie byť ocenený iným organizátorom alebo vyhlasovateľom súťaže, či ocenenia.
7. Ocenenie bude každoročne vyhlásené v mesiaci november na medzinárodnej vedeckej konferencii Marketing identity.
8. Organizátor prijíma nominácie do 1. septembra nasledujúceho roku. Účastníci môžu zasielať vyplnené prihlášky organizátorovi ocenenia e-mailom na adresu granatt.fmk@gmail.com počas celého roka, najneskôr však do 1. septembra.
9. Ocenenie bude udelené v dvoch kategóriách: v kategórii základné a stredné školy a v kategórii vysoké školy. V každej kategórii bude vyhlásený jeden víťaz. Hodnotiacia komisia môže udeliť špeciálne ocenenie výnimočnému projektu.
10. Jednotlivé prihlášky posúdi hodnotiacia komisia zložená z členov, ktorých menuje dekan fakulty. V prípade potreby si komisia môže vyžiadať doplňujúce informácie. Každý člen komisie ohodnotí projekt formou 7 bodovej stupnice v rámci siedmich kritérií, pričom 7 bodov predstavuje maximálne hodnotenie a 1 bod minimálne hodnotenie. Následne sa pridelené body za každý projekt spočítajú a víťazom sa stane projekt s najvyšším počtom dosiahnutých bodov v danej kategórii.
11. Hodnotiacimi kritériami projektov sú ciele a dosiahnuté výsledky, inovatívnosť, originalita, prínos, komunikácia, kontinuita a úroveň spracovania. O udelení ocenenia rozhoduje dekan fakulty na základe návrhu hodnotiacej komisie.
12. Víťazi ocenenia budú každoročne, vždy za predchádzajúci rok, vyhlásení a ocenení na medzinárodnej vedeckej konferencii Marketing identity. Víťazi budú následne prezentovať svoj projekt na uvedenej konferencii.

V Trnave, 1. 11. 2014

doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.
dekanka FKM UCM v Trnave

