MPRSZ EMPLOYER BRANDING AWARD 2026 PÁLYÁZATI KIÍRÁS

A Magyar PR Szövetség új elnöksége 2026. október 19-én három ponton módosította a jelen pályázati kiírást: (1) a Shortlist közzétételének időpontja 2026. október 22-ről 2026. november 5-re változott; (2) a leköszönő elnökség és iroda mulasztása miatt a formai követelményeknek nem teljesen megfelelő pályamunkákat is befogadjuk; (3) a további információkért felelős kapcsolattartó Vas Dóra, az MPRSZ főtitkára lett. A módosítások a szövegben piros színnel, a törölt rész áthúzással szerepel.

1. A Pályázat Kiírója

A Pályázat Kiírója, a Magyar PR Szövetség (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.

2. Az Employer Branding Award missziója

Egy vállalat vagy szervezet hatékony működésében meghatározó szerepet játszanak a tehetséges és elkötelezett munkatársak, megtalálásuk és megtartásuk pedig egy erősen versengő munkaerőpiacon komoly kihívást jelenthet. A legjobbakat úgy tudjuk bevonzani és főképp hosszú távon megtartani, ha vonzó munkahelyeket hozunk létre és folyamatosan építjük a munkáltatói márkát. Munkaadóként mindent meg kell tennünk, hogy a munkavállalói elvárásoknak megfeleljünk, a potenciális munkatársak számára beazonosíthatóak legyünk, például egyedi megoldások kínálásával.

Az employer branding, amely a HR és a kommunikáció szoros együttműködésére építve segíti egy külső és belső szemmel egyaránt vonzó munkahely kialakítását, mára túllépett a „nice to have” kategórián, és a vállalati működés szerves részévé vált. A jó munkáltatói márka ma már mérhető üzleti értéket teremt egy vállalat számára: alacsonyabb toborzási költséggel, több és jobb jelölttel a nyitott pozíciókra, kisebb lemorzsolódással az onboarding során és magasabb megtartási rátával a meglévő kollégák körében.

Az MPRSZ által immár kilencedik alkalommal meghirdetett Employer Branding Award célja, hogy elismerje és díjazza a legjobb munkáltatói márka-építő stratégiákat és aktivitásokat, és ezek széles körű bemutatásával, pozitív példákkal és inspiráló ötletekkel segítse a szakmát. A cél, hogy a legkiválóbb employer branding aktivitásokat megismerje és elismerje a szakma, és emellett a verseny hozzájáruljon a szakmai tudásmegosztáshoz és párbeszédhez, illetve a jó gyakorlatok minél szélesebb körben történő megismertetéséhez.

Az Employer Branding Award célja továbbá, hogy láthatóvá tegye a munkáltatói márka üzleti értékteremtését és díjazottjai által elismerje a mérhetően eredményes employer branding kezdeményezéseket. Munkáltatói márkája akkor is van egy vállalatnak, ha nem foglalkozik vele tudatosan. Manapság már nem elég „csak” jó munkahelynek lenni, annak is kell látszani.

3. Nevezési díj és határidő

Early bird: 55.000 Ft + Áfa / pályázat
Normál nevezési díj: 70.000 Ft + Áfa / pályázat
Late entry: 79.900 Ft + Áfa / pályázat

Kedvezmények MPRSZ tagok számára:
• MPRSZ tagok 20% kedvezményt kapnak minden pályázatra az early bird, normál és a late
entry időszakban egyaránt
• 5 pályázat felett további extra 10% kedvezmény jár a teljes nevezési díjból

Loyal bird kedvezmény: a 2025-ös EBA versenyre érvényes pályázatot leadók 20% kedvezményt kapnak minden pályázatra az early bird, normál és a late entry időszakban egyaránt. Más kedvezménnyel nem összevonható.

Kedvezmények nem szövetségi tagok számára:

• 3. nevezéstől minden további pályázatra 10% kedvezményt biztosítunk

• 6. nevezéstől minden további pályázatra 20% kedvezményt biztosítunk

• 10 pályázat felett további extra 10% kedvezmény jár a teljes nevezési díjból

A kedvezményeket automatikusan érvényesítjük a jelentkezés során. Amennyiben a nevezési díj nem érkezik meg folyó év október 2-ig, a pályamunka nem kerül a zsűri elé. A nevezés megrendelésnek minősül, így fizetési kötelezettséggel jár.

Dátumok, határidők:

Pályázati kiírás: 2026. augusztus 10.

Early bird nevezési időszak: 2026. augusztus 10. – augusztus 31.

Normál nevezési időszak: 2026. szeptember – szeptember 21.

Late entry nevezési időszak: 2026. szeptember 22. – október 2.

Előzsűri (online értékelés): 2026. október 5 – október 19.

Shortlist közzététele: ~~2026. október 22.~~ **2026. november 5.** (módosította az új elnökség október 19-én)

Élő prezentáció a shortlistre jutott csapatoknak: 2026. november 12. csütörtök - egész nap (Budapesten)

Eredményhirdetés, díjátadó gála: 2026. november 24. 19:00

A pályázat eredményét a 2026. november 24-én rendezendő díjátadó gálán jelentjük be. A díjazottak nevét és pályamunkáit közzétesszük az MPRSZ honlapján, valamint az EBA honlapján és az MPRSZ közösségi média oldalán is.

4. Ki pályázhat?

Pályázó lehet minden olyan, Magyarországon bejegyzett employer branding, PR vagy HR-kommunikációs ügynökség és szervezet (vállalat, civil szervezet, állami, egyházi vagy önkormányzati intézmény, külön vagy együtt), illetve magánszemély, amely/aki a pályázati kiírást megelőző 12 hónapban a pályázati kiírásnak megfelelő employer branding aktivitásban részt vett (a továbbiakban: „Pályázó"). A pályázatok nem tartalmazhatnak az adott időszakon kívüli

aktivitásokat. A Pályázat Kiírója nem fogad el politikai és/vagy pártokhoz kötődő kampányokat.

Employer branding aktivitásnak minősül minden olyan program, kampány vagy kezdeményezés, amelynek célja a munkáltatói márka építése, a munkavállalói élmény fejlesztése, a toborzási kommunikáció támogatása vagy a belső elköteleződés erősítése, függetlenül attól, hogy külső vagy belső célcsoportra irányult.

Amennyiben a pályázatban szereplő 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 jogszavatosság vállalása mellett nyilatkoznia kell arról, hogy a pályázat benyújtásakor a Társpályázó képviseletére jogosult, illetve a Társpályázó a pályázat benyújtásához hozzájárult.

Amennyiben a közreműködővel megvalósított employer branding aktivitást a Pályázó önállóan – társpályázók feltüntetése nélkül – kívánja benyújtani, úgy a Pályázónak jogszavatosság vállalása mellett nyilatkoznia kell arról, hogy jogosult a pályázatot önállóan benyújtani.

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

A nevező felel a pályázati űrlapon megadott adatok valódiságáért.

Az Employer Branding Award díjpályázaton helyezés elérése, illetve az APEX Toplistán való pontszerzés feltétele a pályázói, társpályázói vagy megbízói minőség. Az Employer Branding Award díjért kapható toplista-pontok a társpályázók között a nevezési űrlapon feltüntetett arányban, illetve ennek hiányában egyenlő arányban oszlanak meg. Amennyiben a Pályázó a megbízót nem tüntette fel, a megbízó nem kap pontot.

5. Pályázati anyagok felépítése

A pályázatokban **az alábbi egységeket kérjük elkülöníteni:**

a) FELELŐSSÉG Nyilatkozat arról, hogy a pályázatban szereplő alapötlet/ koncepció a pályázó önálló szellemi terméke-e, illetve, hogy a pályázati feltételeknek megfelel.
b) ALAPHELYZET Alaphelyzet bemutatása, üzleti és employer branding kihívások
c) CÉL, CÉLCSOPORT Az employer branding aktivitás célja és célcsoportok bemutatása.
d) STRATÉGIA A stratégiaalkotás és operatív megvalósítás összekapcsolása: módszerek, eszközök, analízis-kutatás-elemzés, külső – belső aktivitások csatornái, eszközei és időzítésük, wellbeing aspektusok: munkakörnyezet szerepe a bevonzásban és megtartásban, DEI és ESG témák.
e) INNOVÁCIÓ Innovatív megoldások kiemelése, kontextusa
f) EREDMÉNYEK
    a. EB kihívásokra adott válaszok összegzése és legnagyobb sikerek kiemelése
    b. A munka/kampány eredményének mérési módszerei és ténylegesen elért eredmények részletes bemutatása
    c. A kitűzött célok elérésének értékelése, mérhető eredményekkel összekötve.
g) JÖVŐBELI FENNTARTHATÓSÁG A munka/kampány jövőbeni felhasználási/ folytatási lehetőségei

6. Pályázható kategóriák:

Területek alapján:

a) Stratégia (lokalizáció, originál), EVP, Integrált EB stratégia (Tartalmaz több munkavállalói életciklust is, például: engagement, recruitment, on- és offboarding, weboldal stb.)

b) Digitális kommunikáció (AI vezérelt eszközök használata a megvalósításban, social media terv és megvalósítás, podcastok/videocastok, gamifikáció, Tiktok-, Instagram-csatornákon történő kommunikáció stb.)
c) Toborzási programok, mérhető üzleti eredménnyel
d) Megtartási, elköteleződést növelő programok
e) Storytelling, Ambassador program, belső kommunikáció
f) Társadalmi kommunikáció / Közérdekű ügyek kezelése / Társadalmi hatás / DEI / Fenntarthatóság, környezetvédelem / Wellbeing / CSR
g) Kis költségvetésű (3M Ft büdzsé alatti) kampányok
h) Frissdiplomás, legjobb gyakornok program, Z-generációnak szóló kiemelkedő, egyedi és eredményes EB kezdeményezések
i) Munkahelyi környezet kommunikációja, workplace design, változás management, irodanyitási-költözési projekt

Iparágak alapján:

j) Agrárium, élelmiszeripar
k) Egészségügy, gyógyszeripar
l) Energiaipar, energetika
m) Építőipar, ingatlan
n) Pénzintézeti szektor, bank, biztosítás
o) Szállítás, közlekedés, logisztika
p) Turizmus, Vendéglátóipar, idegenforgalom, HORECA
q) FMCG Retail, kereskedelem
r) Gépgyártás, autóipar, ipari termelés
s) Média, marketing, szórakozás, sport
t) Non-profit, civil szféra, művészet, kultúra, oktatás, sport
u) Technológia, Telekommunikáció, IT
v) Közigazgatás, jogi szolgáltató, kormányzati, állami intézmény
w) Üzleti szolgáltató központok (SSC, BSC)
x) Tanácsadás

7. EGYÉNI SZAKEMBER KATEGÓRIÁK - A zsűri által kioszthető díjak:

a) Az Év Employer Branding Megbízója Díj

A leadott pályázatokra érkezett pontok és helyezések alapján a legtöbb pontot szerző megbízó lesz Az Év Employer Branding Megbízója.

b) Az Év Employer Branding Ügynöksége Díj

A leadott pályázatokra érkezett pontok és helyezések alapján a legtöbb pontot szerző ügynökség lesz Az Év Employer Branding ügynöksége.

c) Az Év Fiatal Employer Branding szakembere Díj

Bárki pályázhat, aki még nem töltötte be a 36. életévét. A zsűri egy legfeljebb 500 karakteres bemutatkozó szöveg, LinkedIn profil, valamint ajánlás alapján választja ki a győztes(eke)t. A zsűri a jelölteket az alábbiak alapján értékeli:

i. legfeljebb 500 karakteres bemutatkozó szöveg,
ii. LinkedIn-profil linkje
iii. szakmai ajánlás
iv. A pályázat értékelése során előnyt jelent, ha a pályázó a Next Generation PR World Cup hazai selejtezőjén helyezést ért el, továbbá eredményes pályázatot adott be az alábbi nemzetközi versenyeken: Employer Brand Management Award, IPRA, Stevie Awards for Great Employers, European Excellence Award

d) Az Év Oktatója Díj Employer Branding területen

Pályázatot nyújthat be vagy jelölhető minden olyan szakember, aki munkáltatói márka, HR kommunikáció tárgyat oktat felsőoktatási intézményben (alapszakos, mesterszakos, posztgraduális képzésben). A zsűri a jelölteket az alábbiak alapján értékeli:

i. legfeljebb 500 karakteres bemutatkozó szöveg,
ii. LinkedIn-profil
iii. oktatási tevékenység rövid bemutatása
iv. hallgatói és/vagy szakmai ajánlás(ok)
v. az elmúlt 24 hónap releváns publikációi, kutatások vagy szakmai eredmények. A fenti kategóriákban előnyt jelent, ha a pályázó regisztrált a CPD rendszerbe, és legalább egy teljesített évvel rendelkezik.

e) Az Év Employer Branding Szakdolgozata Díj

Pályázatot nyújthat be vagy jelölhető minden olyan hallgató, aki a versenykiírást megelőző 24 hónapban magyarországi vagy külföldi felsőoktatási intézményben (alapszakos, mesterszakos vagy posztgraduális képzésben) sikeresen megvédett munkáltatói márka, employer branding vagy HR-kommunikáció témájú szakdolgozatot, diplomamunkát vagy doktori disszertációt. A pályázat benyújtható a szerző által önállóan, illetve a témavezető vagy az intézmény jelölése alapján, a szerző hozzájárulásával. A zsűri a jelölteket az alábbiak alapján értékeli:

i. legfeljebb 500 karakteres bemutatkozó szöveg,
ii. LinkedIn-profil linkje,
iii. a szakdolgozat legfeljebb 1500 karakteres összefoglalója (kutatási kérdés, módszertan, főbb eredmények, gyakorlati hasznosíthatóság),
iv. a szakdolgozat teljes szövege PDF formátumban,
v. a témavezető ajánlása, valamint a megvédés tényét és az elért eredményt igazoló dokumentum.

A pályázat értékelése során előnyt jelent, ha a dolgozat empirikus kutatásra épül, eredményei a hazai employer branding gyakorlatban közvetlenül hasznosíthatók, illetve ha a pályázó a dolgozat témájában publikációval, konferencia-előadással vagy TDK/OTDK-helyezéssel rendelkezik.

f) Legjobb Employer Branding Prezentáció Díja – Az élő prezentációk során legjobb teljesítményt nyújtó előadó különdíja

A fenti kategóriákhoz nem tartozik nevezési díj.

8. Pályázat benyújtásával kapcsolatos tudnivalók

A pályázat nyelve magyar. A pályázati anyag kizárólag a honlapon található űrlap kitöltésével nyújtható be. Minden, az űrlapon bejelölt kategória külön nevezésnek minősül.

A pályázati anyag – egy darab max. 15 slide-ból álló prezentációs anyag PDF formátumban. Ebben kell elhelyezni az esetleges illusztrációs anyagokat vagy videó(k)ra mutató linke(ke)t is, a nagy terjedelmű fájlok esetében beküldéskor használható a WeTransfer szolgáltatás, ebben az esetben a honlapon található űrlapon meg kell adni a feltöltött anyagok elérhetőségének linkjét, beállítva ezen a legalább 7 napos elérési időszakot.

Módosítás (az új elnökség október 19-i döntése): a leköszönő elnökség és iroda nem hívta fel a pályázók figyelmét a formai követelményekre, és a hiánypótlási határidő már lejárt, ezért a formai követelményeknek nem

teljesen megfelelő pályamunkákat is befogadjuk (egyéb anyagokat nem a prezentációba tették bele, hanem külön küldték be).

A pályázat mellé opcionálisan leadható összefoglaló videók pozitív elbírálással jelennek meg az összpontszám tekintetében.

Minden leadott pályázat mellé leadásra kell kerüljön egy kb. 300-500 karakteres összefoglaló a pályázati anyagról, annak lényegi tartalmáról. A pályázatot benyújtó szervezetek hozzájárulnak, hogy pályaműveik összefoglalóját (300-500 karakteres összefoglaló a pályázatról) az MPRSZ a honlapján közzé tegye, abban az esetben, ha a pályamű shortlistre kerül. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatok szerepeljenek, amelyek nyilvánosak.

Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy a terjedelmi korlátot meghaladó, vagy nem a megadott felépítésben beadott pályázatokat a versenyből kizárja.

Duplikációs tilalom: egy pályázati anyag egy kategóriában adható be; két kategóriába nevezésnél az anyagnak érdemben különböznie kell (min 25% eltérés).

Leadási fájlnév formátum: Kategória_Pályázó_Társpályázó_Pályázat neve.pdf

Amennyiben a benyújtott pályázat pótolható hiányt tartalmaz, úgy az MPRSZ – 2 munkanapos határidő kitűzésével – 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 és hiánypótlásokat nem tudjuk elbírálásra befogadni.

A nevezési díjak visszatérítésére nincs mód.

9. Zsűrizés

A zsűri fenntartja magának a jogot, hogy az egyes pályázatokat indoklás nélkül másik kategóriába soroljon át. Ha az adott kategóriában a beérkezett munkák színvonalát a zsűri nem ítéli megfelelőnek, akkor dönthet úgy, hogy nem oszt ki díjat.

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

A Pályázók a zsűrizést követően egy írásos összefoglaló visszajelzést kapnak a pályázati anyaguk pontszámáról, kategóriánként (stratégia, kreativitás, eredményesség). A visszajelzés tartalmazza a zsűri írásos kommentjeit,

beépíthető javaslatokat, konstruktív visszajelzéseket. A shortlistre került pályázók a részletes visszajelzést a díjátadó után kapják meg.

A zsűritagoknak a pontozásra és megjegyzésekre vonatkozó részletes irányelveket kell követniük, melyek a bejelentkezés után a zsűrizési felületen találhatók.

A zsűritagok nem használhatnak mesterséges intelligenciát (AI) vagy AI-eszközöket a nevezések kiértékeléséhez. A zsűritagok által írt megjegyzéseket nem készítheti mesterséges intelligencia. E szabályok megsértése a zsűrizési jogosultság azonnali felfüggesztését vonja maga után.

A shortlistre jutott pályázók prezentációja nyilvános esemény, amelyen bárki részt vehet. A rendezvény az MPRSZ tagjainak és a pályázóknak ingyenes, más érdeklődőnek 5.000,- Ft +Áfa/fő.

A Díjátadó Gálán a
- shortlistes pályázók oklevelet,
- a díjazottak oklevelet és üvegdíjat

vesznek át. További díjak utángyártására, megrendelésére 30.000 Ft + Áfa díj térítése ellenében lehetőség van.

A változtatás jogát fenntartjuk!

10. Értékelési szempontok (0-100, shortlist 60 pont felett)

30 pont STRATÉGIA

a) Üzleti stratégiai illeszkedés – 0–10 pont

Mennyire világosan mutatja be a pályázat, hogy az aktivitás: konkrétan mely üzleti célhoz (pl. növekedés, diverzitás, új piac, belső hatékonyság) kapcsolódik?

Milyen mérhető eredményen keresztül támogatja azt (pl. konverzió, belső mobilitás, fluktuációcsökkentés)

b) HR stratégiai illeszkedés – 0–8 pont

Kapcsolódik-e a program a HR stratégia vagy éves terv fókuszterületeihez, pl: employer branding stratégia céljai (pl. awareness, belső bevonás, megtartás), kulcs kihívás azonosítása vagy célcsoport definiálása, megtartás, belső kommunikáció vagy DEI stratégia támogatása

c) Vezetői támogatás és bevonás – 0–7 pont

Van-e bizonyítható:vezetői szintű támogatás (pl. stakeholder-interjú, felsővezetői videó), aktív részvétel (pl. belső kommunikációban szereplés), döntéshozói szerep a projektben

d) Integráltság – 0–5 pont

A projekt: önálló program volt, vagy része egy nagyobb vállalati/kommunikációs/ hálózati rendszernek? Mennyire volt integrált a marketing, PR, belső kommunikáció, CSR, vagy toborzás rendszerébe?

30 pont MEGVALÓSÍTÁS, KREATIVITÁS

a) Kreatív ötlet és újszerűség – 0–8 pont

Mennyire tekinthető az aktivitás: egyedi megközelítésnek a piacon vagy iparágon belül? Hoz-e friss, nem sablonos formát, eszközt, koncepciót? Kapcsolódik-e valós insighthoz vagy szervezeti kontextushoz?

b) Kivitelezés minősége – 0–7 pont

Milyen színvonalon valósult meg a tartalom és forma?

- vizuális megjelenés, UX/UI,
- szövegírás, digitális tartalom minőség
- esztétika, technikai minőség

c) Célcsoport bevonása – 0–5 pont

Mennyire vonódott be a célcsoport:

- munkavállalók, belső influenszerek, nagykövetek
- volt-e szavazás, visszacsatolás vagy egyéb aktív részvétel?

d) Csatorna- és eszközhasználat – 0–7 pont

Mennyire tudatos és hatékony a csatornaválasztás:

- többcsatornás, integrált jelenlét
- csatornához illesztett kreatív mutációk használata
- célcsoport médiahasználatához illeszkedő eszközválasztás

e) Projektmenedzsment – 0–3 pont

Mennyire volt strukturált a megvalósítás?

- időzítés, mérföldkövek, roadmap
- partnerek összehangolása,
- résztvevők és felelősségeik.

Opcionálisan plusz 5 pont: kreatív összefoglaló pályázati videó

40 pont EREDMÉNYESSÉG

a) Üzleti eredmények – 0–10 pont

Milyen mértékben járult hozzá az aktivitás kimutatható üzleti célokhoz?

- ROI, költségcsökkentés, bevételnövelés
- vezetői vagy szervezeti döntések befolyásolása
- bármilyen monetizálható eredmény

b) HR-hatékonyság – 0–10 pont

Milyen változást ért el a projekt a HR-folyamatokban vagy mutatókban?

- jelentkezők száma és minősége (pl. releváns jelöltek aránya)
- felvételi arány, time-to-hire, belső ajánlások száma
- employer brand ismertség növekedése célcsoporton belül
- megtartás, fluktuáció

c) Kommunikációs teljesítmény – 0–10 pont

Mennyire volt hatékony a kampány kommunikációs szempontból?

- elérés, engagement rate, megosztások, átkattintások
- earned media (sajtómegjelenések, organikus reakciók)
- csatornánkénti konverzió (pl. karrieroldal látogatás, jelentkezés)

d) Mérés és transzparencia – 0–10 pont

Mennyire volt a projekt eredménye:

- konkrét mérőszámokkal alátámasztott (nem csak vélemény vagy érzés)
- átlátható módon bemutatott (előtte–utána típusú összehasonlítás)
- időben tagolt: rövid, közép- és hosszú távú hatás elkülönítve

A Főzsűri a döntőbe jutott pályázatok esetében a fenti szempontok mellett az élő prezentáción mutatott teljesítményt is értékeli.

11. Összeférhetetlenség

A zsűritagok összeférhetetlenségének elkerülése érdekében minden zsűritag elfogadja és betartja az MPRSZ Etikai kódexét. Az MPRSZ célja, hogy kiváló magyar employer branding szakemberek közösségét kérje fel a zsűrizésre, ezért óhatatlanul is előfordulhat, hogy olyan pályamunka is a zsűri elé kerül, amelyben valamelyik zsűritag érintett.

Az egyes pályázatok értékelése során összeférhetetlenségnek minősül különösen, de nem kizárólagosan az alábbi esetek bármelyike:

- a zsűritag jelenlegi munkahelye a pályázó szervezet,
- a zsűritag korábbi munkahelye a pályázó szervezet (az elmúlt 3 éven belül),
- a zsűritag közeli hozzátartozója (pl. házastárs, élettárs, testvér, szülő, gyermek) a pályázó szervezetnél dolgozik,
- a zsűritag aktív üzleti kapcsolatban áll a pályázóval (pl. ügyfél, alvállalkozó, beszállító),
- a zsűritag más – pl. civil, szakmai vagy oktatási – szerepkörben együttműködik vagy kapcsolatban áll a pályázóval,
- a pályázó a zsűritag közvetlen versenytársa,

A zsűritagnak **kötelessége haladéktalanul jelezni**, amennyiben bármely nevezés kapcsán **összeférhetetlenség** áll fenn.

Amennyiben a zsűritag vagy az általa képviselt szervezet maga is nevezést nyújtott be, azt a tényt **köteles jelezni** a szervezők felé a következő címen: iroda@mprsz.hu. Ilyen esetben az adott pályázattal érintett kategóriákat eltávolítjuk a zsűritag értékelési köréből. Az érintett zsűritag az adott kategóriában nem szavazhat és az élő zsűrizés során sem vehet részt a kategória értékelésében, illetve nem vehet részt az élő prezentáció értékelésében sem. Az érintettséget a zsűri dokumentálja, és a kategória pályázói felé a pontszámok nyilvánosságra hozatalakor közli, hogy melyik zsűritag szavazhatott az adott kategóriában.

A zsűritagnak a bírálati munka megkezdése előtt írásos nyilatkozatot kell tennie arról, hogy nem áll fenn összeférhetetlenség, és hogy megértette és elfogadja a jelen irányelveket.

Amennyiben a zsűritag nem jelzi az összeférhetetlenséget, és az utólagosan kiderül, **az MPRSZ az érintett személyt azonnal kizárja a zsűrizési folyamatból, valamint eltilthatja minden jövőbeli MPRSZ által szervezett verseny zsűrijében való részvételtől is.**

E szabályok célja a verseny tisztaságának, hitelességének és szakmai színvonalának biztosítása.

12. 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 adatok szerepeljenek, amelyek publikusak.

A nevezés során a nevezéshez csatolt aktivitást megjelenítő szerzői jogi mű (“Mű”) jogtulajdonosának, illetve a képviseletében eljáró személynek az alábbiakról kell nyilatkoznia:

- A nevezést benyújtó személy jogosult a jogtulajdonos képviseletében nyilatkozni a nevezett Mű, illetve a pályázati anyagban használt védjegy felhasználásának engedélyezésére vonatkozóan.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviseletében térben és időben korlátozott felhasználási jogot enged az MPRSZ-nek a Mű jelen Pályázati Kiírás szerinti felhasználására vonatkozóan.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviseletében szintén engedélyezi, hogy az MPRSZ pályázati anyagban felhasznált védjegyet a Pályázati Kiírásnak megfelelő célhoz kapcsolódóan felhasználja.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviseletében kijelenti és jogszavatossággal 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 az Employer Branding Award népszerűsítését célzó események, tevékenységek során.

13. Kapcsolat:

Esetlegesen felmerülő kérdésekkel kapcsolatban ~~Langer-Eiler Judit, az MPRSZ irodavezetője~~ **Vas Dóra, az MPRSZ főtitkára** áll rendelkezésre.
(módosította az új elnökség október 19-én)

E-mail:iroda@mprsz.hu
Honlap: https:// http://www.employerbrandingaward.hu/

Szakmai kérdésekben Horváth Ádám, az MPRSZ Employer Branding Tagozatának vezetője ad segítséget: adam@brandfizz.hu

A jelen pályázati kiírást az MPRSZ új elnöksége 2026. október 19-én módosította a következő pontokban: a Shortlist közzétételének időpontja (3. pont), a formai követelményeknek nem teljesen megfelelő pályamunkák befogadása (pályázati anyag), valamint a kapcsolattartó személye (13. pont). A módosított részek piros színnel, a hatályon kívül helyezett szöveg áthúzással szerepel. A kiírás egyéb rendelkezései változatlanok maradtak.