

Regulamin konkursu
na logotyp – znak reklamowy
Instytutu Historii i Archiwistyki
Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie

I Postanowienia ogólne

1. **Organizatorem** konkursu jest Instytut Historii i Archiwistyki Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, zwany dalej Organizatorem.
2. Celem konkursu jest wyłonienie najlepszego logotypu - znaku reklamowego Instytutu Historii i Archiwistyki Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.
3. Konkurs ma charakter otwarty.
4. Przystąpienie do Konkursu oznacza akceptację niniejszego Regulaminu.

II Postępowanie konkursowe

1. Warunkiem uczestnictwa w konkursie jest nadesłanie we wskazanym terminie:

a) projektu logotypu w 3 wersjach kolorystycznych: kolorowa (o ile projekt zakłada taką wersję), czarno-biała i w skali szarości. Pliki muszą być zapisane w formacie EPS, TIFF, PDF i umieszczone na kartce A4. Do pracy można załączyć krótki opis głównej idei projektu.

b) formularza zgłoszeniowego wraz z oświadczeniem o posiadaniu wyłącznych autorskich praw majątkowych oraz zgodą na przetwarzanie danych osobowych, stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszego regulaminu.

2. Prace konkursowe powinny zostać przesłane na adres Instytutu IhiA ul. ul. Podchorążych 2, pok. 324, 30-084 Kraków – listownie lub poprzez złożenie na dziennik podawczy Uniwersytetu Pedagogicznego, z dopiskiem w tytule: KONKURS NA LOGO IhiA UP w terminie do 30 maja 2018 roku (przez co rozumie się wpłynięcie zgłoszenia do tej daty do Organizatora).

3. Osobą upoważnioną do kontaktów jest Natalia Bursiewicz, email: natalia.bursiewicz@up.krakow.pl

4. Uczestnik musi być pełnoletni i mieć pełną zdolność do czynności prawnych.

5. Uczestnik wyraża zgodę na nieodpłatne wykorzystywanie przez Organizatora Konkursu nadesłanego projektu w dowolnym czasie i formie.

6. Zwycięzca (-cy) konkursu przekazuje (-ą) Organizatorowi nieodpłatnie autorskie prawa majątkowe do nadesłanego w ramach niniejszego Konkursu projektu, bez ograniczeń czasowych ani terytorialnych, na wszystkich znanych polach eksploatacji, w szczególności:

a) utrwalania jakąkolwiek techniką, niezależnie od systemu, formatu i standardu na wszelkich nośnikach, w szczególności audiowizualnych, na kasetach wideo, na dysku komputerowym, DVD, dyskietce, na taśmie magnetycznej, na kliszy fotograficznej, płycie analogowej, płycie kompaktowej, na CD, VCD, CD-Romie i plikach MP3,

b) zwielokrotniania jakąkolwiek techniką, w szczególności światłoczułą, magnetyczną, audiowizualną, cyfrową (w jakimkolwiek systemie i na jakimkolwiek nośniku), optyczną, drukarską w dowolnej formie, techniką zapisu komputerowego,

c) eksploatacji w całości lub we fragmentach w sieci on-line, w tym wprowadzania do pamięci komputera i/lub rozpowszechniania w sieci multimedialnej, w tym w Internecie i/lub udostępnianie w postaci cyfrowej w nieograniczonej ilości nadań i wielkości nakładów,

d) publicznego udostępniania w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym (m.in. w Internecie oraz w ramach dowolnych usług telekomunikacyjnych, m.in. DSL/ADSL),

e) w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór został utrwalony – wprowadzania do obrotu, użyczenia lub najmu egzemplarzy utworów lub oryginału,

f) wykorzystania w połączeniach telefonicznych, w tym w przekazach tekstowych (np. SMS, WAP oraz audiowizualnych, wykorzystania na stronach internetowych, wykorzystania w utworach multimedialnych)

g) publicznego wykonania i/lub publicznego odtwarzania w dowolnej formie, publicznego udostępnianie w dowolnej formie, wykorzystywania w dowolnej formie na potrzeby reklamy lub promocji,

h) wystawiania, wyświetlania w całości lub we fragmentach,

i) najmu i/lub użyczenia i/lub dzierżawy i/ lub udzielania licencji na wykorzystywanie komercyjne i inne dowolnym osobom trzecim,

j) nadawania za pośrednictwem Internetu, satelity, wizji i fonii przewodowej i bezprzewodowej;

k) prawa zależne, w tym nieograniczone prawo do wykorzystywania projektu w formie opracowanej, dowolnie bez ograniczeń w czasie, w celach wydawniczych, promocyjnych i zarobkowych.

6. Każdy Uczestnik może zgłosić do Konkursu dowolną liczbę projektów; każdy zgłoszony projekt będzie stanowić odrębną pracę konkursową.

7. Praca konkursowa zostanie odrzucona, jeżeli:

a) zostanie nadesłana po dacie zamknięcia Konkursu;

b) nie spełni wymogów Regulaminu Konkursu;

c) projekt zgłoszony jako praca konkursowa w niniejszym Konkursie był już uprzednio nagradzany lub realizowany;

d) uczestnikowi nie przysługują wyłączne autorskie prawa majątkowe do pracy.

8. Oceny przedstawionych projektów i wyłonienia zwycięzcy lub zwyciężców dokona Jury Konkursowe.

9. Przy ocenie prac konkursowych, Jury Konkursowe będzie brało pod uwagę następujące elementy:

a) zgodność z wytycznymi konkursowymi;

b) czytelność przekazu;

c) funkcjonalność;

DAWID WIDUSIŃSKI
adwokat

d) łatwość zapamiętywania logotypu;

e) oryginalność;

f) estetykę.

11. Wyniki Konkursu zostaną ogłoszone na stronie internetowej <http://historia.up.krakow.pl/hia/> do dn. 15.07.2018. Zwycięzca Konkursu zostanie poinformowany o wyborze jego pracy.

12. Organizator Konkursu dopuszcza możliwość ewentualnych modyfikacji zwycięskiego projektu, przy współpracy z Uczestnikiem Konkursu, z poszanowaniem oryginalnej formy projektu.

13. W skład Jury Konkursowego wchodzi: Dyrektor Instytutu Historii i Archiwistyki, Zastępca Dyrektora Instytutu Historii i Archiwistyki, Kierownicy Katedr Instytutu Historii i Archiwistyki, Dr Natalia Bursiewicz.

14. Decyzja Jury Konkursowego jest ostateczna i nie podlega zaskarżeniu.

15. Organizator zastrzega sobie prawo nierozstrzygnięcia Konkursu.

III Wytyczne konkursowe

1. Przeznaczenie znaku: do celów popularyzatorskich, reklamowych, itp. Znak ten (logo), niezależnie od istniejącego godła Uczelni, będzie wykorzystywany na plakatach, ulotkach czy innych drukach wydawanych przez Uniwersytet Pedagogiczny oraz Instytut Historii i Archiwistyki UP, w tym w działalności gospodarczej lub innej mogącej przynosić zysk.

2. W projekcie logotypu powinna znaleźć się nazwa własna "Instytut Historii i Archiwistyki UP" lub jej skrót "IhIA UP"

3. Logotyp powinien być prosty, nowoczesny, funkcjonalny oraz niepowtarzalny.

IV. Nagrody

1. Autorowi najlepszej pracy przyznana zostanie nagroda pieniężna w wysokości 1000 zł.

2. Jeżeli do konkursu przystąpi grupa Uczestników (w przypadku zbiorowej pracy konkursowej), nagroda zostanie przyznana w równych częściach członkom zespołu autorskiego.

3. Kwota nagrody jest kwotą brutto i podlega opodatkowaniu zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

4. Nagroda zostanie wypłacona Zwycięzcy/Zwycięzcom Konkursu przelewem na wskazany rachunek bankowy po przekazaniu plików źródłowych wszystkich wymaganych elementów graficznych oraz po podpisaniu Oświadczenia o przeniesieniu autorskich praw majątkowych na rzecz Uniwersytetu Pedagogicznego.

V. Postanowienia końcowe

1. Zgłoszenie projektu do Konkursu jest jednoznaczne z zaakceptowaniem postanowień niniejszego Regulaminu.

DAWID WIEBŁUS
adwokat

- b) zwielokrotniania jakąkolwiek techniką, w szczególności światłoczułą, magnetyczną, audiowizualną, cyfrową (w jakimkolwiek systemie i na jakimkolwiek nośniku), optyczną, drukarską w dowolnej formie, techniką zapisu komputerowego,
- c) eksploatacji w całości lub we fragmentach w sieci on-line, w tym wprowadzania do pamięci komputera i/lub rozpowszechniania w sieci multimedialnej, w tym w Internecie i/lub udostępnianie w postaci cyfrowej w nieograniczonej ilości nadań i wielkości nakładów,
- d) publicznego udostępniania w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym (m.in. w Internecie oraz w ramach dowolnych usług telekomunikacyjnych, m.in. DSL/ADSL),
- e) w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór został utrwalony – wprowadzania do obrotu, użyczenia lub najmu egzemplarzy utworów lub oryginału,
- f) wykorzystania w połączeniach telefonicznych, w tym w przekazach tekstowych (np. SMS, WAP oraz audiowizualnych, wykorzystania na stronach internetowych, wykorzystania w utworach multimedialnych)
- g) publicznego wykonania i/lub publicznego odtwarzania w dowolnej formie, publicznego udostępnianie w dowolnej formie, wykorzystywania w dowolnej formie na potrzeby reklamy lub promocji,
- h) wystawiania, wyświetlania w całości lub we fragmentach,
- i) najmu i/lub użyczenia i/lub dzierżawy i/ lub udzielania licencji na wykorzystywanie komercyjne i inne dowolnym osobom trzecim,
- j) nadawania za pośrednictwem Internetu, satelity, wizji i fonii przewodowej i bezprzewodowej;
- k) prawa zależne, w tym nieograniczone prawo do wykorzystywania projektu w formie opracowanej, dowolnie bez ograniczeń w czasie, w celach wydawniczych, promocyjnych i zarobkowych.

6. Każdy Uczestnik może zgłosić do Konkursu dowolną liczbę projektów; każdy zgłoszony projekt będzie stanowić odrębną pracę konkursową.

7. Praca konkursowa zostanie odrzucona, jeżeli:

- a) zostanie nadesłana po dacie zamknięcia Konkursu;
- b) nie spełni wymogów Regulaminu Konkursu;
- c) projekt zgłoszony jako praca konkursowa w niniejszym Konkursie był już uprzednio nagradzany lub realizowany;
- d) uczestnikowi nie przysługują wyłączne autorskie prawa majątkowe do pracy.

8. Oceny przedstawionych projektów i wyłonienia zwycięzcy lub zwycięzców dokona Jury Konkursowe.

9. Przy ocenie prac konkursowych, Jury Konkursowe będzie brało pod uwagę następujące elementy:

- a) zgodność z wytycznymi konkursowymi;
- b) czytelność przekazu;
- c) funkcjonalność;

DAWID WITKUS
adwokat