

**Komunikacioni plan nacionalnog brenda Crne Gore za 2016 i 2017.
godinu
(upotreba logotipa)**

Uvod

U januaru mjesecu 2014. godine u okviru Ministarstva ekonomije formiran je Direktorat za razvoj nacionalnog brenda i zaštitu potrošača, u čijem sastavu je Direkcija za razvoj nacionalnog brenda. Direkcija je osnovana sa ciljem izgradnje nacionalnog brenda Crne Gore i njegovim što boljim pozicioniranjem na inostranim tržištima, čime se podstiče konkurentnost crnogorske privrede. U cilju što bolje pozicioniranosti i prepoznatljivosti nacionalnog brenda, Ministarstvo je raspisalo Konkurs za izbor idejno-grafičkog rješenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda Crne Gore. Na međunarodni konkurs koji je bio otvoren od 31. decembra 2015. do 10. februara 2016. pristigla su dvadeset tri rješenja, a ocjenjivala ih je sedmočlana komisija po sljedećim kriterijumima: estetski izgled, primjenljivost, unikatnost, jednostavnost i kreativnost. Za pobjedničko rješenje izabrano je rješenje autora Vladimira Kovača, koje predstavlja stilizaciju tradicionalnog crnogorskog grba i koji je u bojama nacionalnih simbola Crne Gore. U svrhu njegove promocije i predstavljanja, kao i komuniciranja sa inostranom javnošću, priprema se Komunikacioni plan.

Nacionalni brend Crne Gore predstavlja sredstvo kojim se povećava privlačnost države kao mjesta za investicije, život, rad, poslovanje i sl. Cilj izgradnje nacionalnog brenda je povećanje prepoznatljivosti Crne Gore, kao i stvaranje pozitivnog imidža Crne Gore, koji podstiče konkurentnost i bolje pozicioniranje države na inostranom tržištu. Obzirom da izgradnja nacionalnog brenda iziskuje razvijen interaktivni model između javnog i privatnog sektora (institucija, organizacija, NVO sektora, privrednih društava, subjekata i sl.) kao i pojedinaca, neophodno je, da se što je prije moguće, oni upoznaju sa njim, te da se što više poistovjete sa njim i budu motivisani za njegovu upotrebu. Nacionalni brend se, u svrhu jedinstvenog promovisanja, predstavlja ranije pomenutim grafičkim rješenjem, odnosno logotipom. Upotreba logotipa biće moguća na/u svim sredstvima komunikacije, ali i proizvodima, predmetima i objektima u zavisnosti od prirode aktivnosti i djelatnosti korisnika logotipa. Upotreba logotipa je obavezna za sve organe državne i lokalne samouprave, kao i organizacije i agencije čiji je osnivač Vlada Crne Gore. Logotip nacionalnog brenda koristi i Skupština Crne Gore. Ostali potencijalni korisnici logotipa nacionalnog brenda, podnose zahtjev za upotrebu logotipa, shodno Zakonu o nacionalnom brendu Crne Gore, čije donošenje se očekuje u toku 2016. godine. Da bi se logotip primjenjivao na adekvatan način, Ministarstvo će omogućiti svim korisnicima da se upoznaju sa Knjigom grafičkih standarda, koja će biti distribuirana korisnicima, ali i objavljena na internet stranici Ministarstva ekonomije (<http://www.mek.gov.me>). Na osnovu toga će biti sprovedena opsežnija komunikaciona akcija za ohrabrivanje državnih, nevladinih i poslovnih subjekata za upotrebu logotipa nacionalnog brenda prilikom predstavljanja Crne Gore u inostranstvu. Aktivnosti na promovisanju pojedinačnih brendova (kakav je i turistički) sprovode kontinuirano u skladu sa odgovarajućim strateškim i planskim dokumentima, kojima se predviđa njihovo promovisanje a koje donose i njima upravljaju nadležni državni organi i institucije.

Direktorat za razvoj nacionalnog brenda i zaštitu potrošača će pratiti upotrebu logotipa i uz pomoć ostalih organizacija, koje doprinose razvoju nacionalnog brenda, provjeravati odziv u javnosti i moguće poteškoće prilikom njegove upotrebe i po potrebi predlagati aktivnosti za poboljšanje njegove vidljivosti i pozicioniranosti, kao i upotrebe u komunikaciji. U tom cilju se donosi i ovaj komunikacioni plan, koji je u skladu Planom i programom rada Vlade Crne Gore za 2016. godinu.

Finansijska procjena svih promotivnih i komunikacionih aktivnosti u Crnoj Gori i inostranstvu predstavlja suštinski dio ovog dokumenta.

Upotreba (distribucija) logotipa

Logotip nacionalnog brenda se upotrebljava u cilju povećanja prepoznatljivosti Crne Gore kao države i njenih vrijednosti u inostranstvu. Krovna institucija za praćenje upotrebe logotipa je Ministarstvo ekonomije, odnosno Direktorat za razvoj nacionalnog brenda i zaštitu potrošača.

Ciljna grupa distribucije nacionalnog brenda je, kako domaća opšta javnost (institucije, organizacije iz javnog i privatnog sektora, NVO sektor, pojedinci), tako i opšta inostrana javnost. Distribuiranje brenda organizacijama, čije djelovanje u znatnoj mjeri utiče na razvoj nacionalnog brenda, se vrši iz razloga što one, zbog prirode oblasti za koju su zadužene, imaju izrazito multiplikativan efekat na: turizam, umjetnost i kulturu, privredu i strane investicije, sport, nauku, javnu diplomatiju, poljoprivredu i proizvodnju uopšte.

Upotreba logotipa, kao i drugih elemenata nacionalnog brenda biće ograničena na one subjekte, koji ispunjavaju kriterijume propisane Zakonom o nacionalnom brendu. Druge organizacije, koje su van državne uprave, ne mogu propisati smjernice za upotrebu logotipa nacionalnog brenda. Smjernica za upotrebu logotipa, koje su propisane u Knjizi grafičkih standarda, moraju se pridržavati svi koji žele koristiti logotip. Način dodjele, kao i upotrebe logotipa definišće se Zakonom o nacionalnom brendu i postaće obavezna od dana njegovog stupanja na snagu.

Logotip nacionalnog brenda je detaljno predstavljen u Knjizi grafičkih standarda, koja će u elektronskoj formi biti dostupna na sajtu Ministarstva ekonomije: www.mek.gov.me, kao i na sajtu posvećenom nacionalnom brendu. Takođe, u cilju što boljeg upoznavanja opšte javnosti sa logotipom, logotip će biti distribuiran i putem štampanih i elektronskih medija, štampanih brošura, kataloga, flajera, kao i putem ostalog promotivnog materijala.

Nosioci aktivnosti i rokovi za distribuciju logotipa

Direktorat za razvoj nacionalnog brenda i zaštitu potrošača će na sajtu ministarstva objaviti Knjigu grafičkih standarda, koja će korisnicima logotipa pružati smjernice u njegovoj upotrebi. Pored distribucije knjige grafičkih standarda Ministarstvo ekonomije će budućim korisnicima održati edukacije vezane za proces izgradnje nacionalnog brenda, upotrebu logotipa nacionalnog brenda, kao i značaja i benefita upotrebe logotipa u procesu izgradnje nacionalnog brenda. Organi i organizacije čije djelovanje i aktivnosti u znatnoj mjeri utiče na

razvoj nacionalnog brenda, će u skladu sa ovim planom, a u okviru svojih nadležnosti, uskladiti i distribuirati promotivni materijal na kojem će se nalaziti logotip nacionalnog brenda.

Komunikacionim planom definišu se aktivnosti koje će se sprovesti za 2016. i 2017. godinu.

Ciljne grupe

Aktivnosti usmjerene na promovisanje i predstavljanje nacionalnog brenda, kao i upotrebu logotipa, a u cilju povećanja vidljivosti i prepoznatljivosti nacionalnog brenda Crne Gore, odnosno podizanju svijesti domaće i inostrane javnosti o izgradnji nacionalnog brenda Crne Gore, kao jednog od ključnih prioriteta Crne Gore, sprovodiće se na domaćem i međunarodnom nivou.

Komunikacija na domaćem nivou sprovodi se u cilju promovisanja logotipa nacionalnog brenda, kao i poistovjećivanja i usvajanja logotipa od strane ciljnih grupa, a sve radi uviđanja značaja koji sinhronizovano djelovanje i zajednička primjena imaju u procesu brendiranja Crne Gore kao države i njenog boljeg pozicioniranja u inostranstvu. Imajući u vidu da se nacionalni brend grafički predstavlja logotipom, to se njegovo promovisanje i predstavljanje vrši posredstvom logotipa i njegove adekvatne primjene. Primjena logotipa na domaćem nivou u nadležnosti je Ministarstva ekonomije, a ona je moguća na dva načina: korišćenje logotipa je obavezno za određene ciljne grupe odnosno za korišćenje logotipa podnosi se zahtjev Ministarstvu ekonomije, a u cilju prepoznavanja neophodnosti da se određeno preduzeće, proizvod, usluga, klub i organizacija, nađu u obuhvatu nacionalnog brenda.

Na domaćem nivou komunikacija će biti usmjerena na sljedeće ciljne grupe :

1. najšira javnost Crne Gore
2. državne institucije, lokalna uprava, kao i javne institucije
3. poslovni sektor
4. civilni sektor
5. mediji
6. obrazovne institucije

Imajući u vidu sveobuhvatnost i značaj nacionalnog brenda, javlja se neophodnost adekvatnog djelovanja i predstavljanja logotipa nacionalnog brenda u komunikaciji sa međunarodnom javnosti, a sve u cilju bolje pozicioniranosti Crne Gore i stvaranja pozitivnog i adekvatnog imidža u inostranstvu.

Ciljne grupe na inostranom nivou su:

1. kreatori međunarodnog javnog mnjenja i donosioci odluka
2. opšta javnost u inostranim državama
3. inostrani mediji.

U nastavku dokumenta u tabelarnoj formi dati su specifični ciljevi za svaku od navedenih ciljnih grupa.

Najšira javnost
Ciljevi
<p>Podići nivo znanja o konceptu nacionalnog brendiranja</p> <p>Ojačati svijest o značaju razvoja nacionalnog brenda</p> <p>Doprinijeti afirmaciji logotipa nacionalnog brenda</p> <p>Podstaći veći stepen prepoznavanja i pozitivnih asocijacija na logotip</p>
Državne institucije, lokalna uprava, relevantne javne institucije
Ciljevi
<p>Povećati nivo razumijevanja koncepta nacionalnog brendiranja</p> <p>Unaprijediti komunikaciju i saradnju u procesu nacionalnog brendiranja</p> <p>Obezbijediti adekvatan nivo upotrebe logotipa u poslovnoj komunikaciji državnih, lokalnih i javnih institucija, naročito u komunikaciji sa inostranstvom</p> <p>Podići svijest o značaju zajedničkog djelovanja u procesu izgradnje nacionalnog brenda</p> <p>Podići svijest o neophodnosti upotrebe logotipa u komunikaciji, na promotivnim materijalima, događajima od značaja za promovisanje Crne Gore</p> <p>Ujediniti sve aktivnosti pod okrilje logotipa</p>
Poslovni sektor
Ciljevi
<p>Edukovati poslovni sektor o konceptu nacionalnog brendiranja</p> <p>Podići svijest o značaju nacionalnog brendiranja</p> <p>Podići nivo interesovanja za korišćenje logotipa nacionalnog brenda</p>
Civilni sektor
Ciljevi
<p>Uključiti civilni sektor u aktivnosti razvoja nacionalnog brenda</p> <p>Unaprijediti aktivnosti promovisanja crnogorskog identiteta, kulture, istorije, tradicije i sl. od strane civilnog sektora</p>
Mediji
Ciljevi
<p>Povećati interesovanje masovnih medija za izvještavanje o pitanjima vezanim za nacionalni brend</p> <p>Povećati nivo stručnosti o konceptu nacionalnog brendiranja među novinarima i redakcijama masovnih medija</p> <p>Povećati učestalost medijskog izvještavanja o nacionalnom brendiranju</p> <p>Inicirati veći angažman domaćih medija u promovisanju logotipa nacionalnog brenda</p>
Obrazovne institucije
Ciljevi
<p>Podstaći sve oblike formalnog i neformalnog obrazovanja koji uključuju predstavljanje koncepta nacionalnog brendiranja, upotrebe logotipa, kao i značaja i efekta koji to ima na državu i privredne aktivnosti</p> <p>Organizovati u saradnji sa obrazovnim institucijama edukacije za različite interesne grupe o nacionalnom brendiranju i njegovim benefitima</p> <p>Sprovesti zajedničke projekte na podizanju nivoa svijesti javnosti o nacionalnom brendiranju, dosadašnjim rezultatima i budućim aktivnostima</p>
Kreatori javnog mnjenja i donosioci odluka na međunarodnom tržištu
Ciljevi

Obezbijediti adekvatnu komunikaciju sa inostranom javnošću Podići nivo znanja o Crnoj Gori i njenom nacionalnom brendu Omogućiti upoznavanje i predstavljanje logotipa nacionalnog brenda Distribuirati i promovisati logotip nacionalnog brenda Uspostaviti redovnu komunikaciju u vezi sa pitanjima nacionalnog brenda uz isticanje značaja ovog procesa za Crnu Goru
Opšta javnost u inostranim državama
Ciljevi
Obezbijediti adekvatan nivo prepoznavanja logotipa nacionalnog brenda Sprovesti aktivnosti u cilju positovječivanja logotipa sa Crnom Gorom Podići svijest o vrijednostima i posebnostima Crne Gore Unaprijediti znanje inostrane javnosti o elementima bitnim za donošenje odluka o posjećivanju Crne Gore, investiranju u Crnu Goru, kupovini Crnogorskih proizvoda Unaprijediti percepcije inostrane javnosti o Crnoj Gori Poboljšati imidž koji Crna Gora ima u inostranstvu Miješanje sa drugim državama, kao i neraspoznavanje države svesti na minimum
Inostrani mediji
Ciljevi
Poboljšati interesovanje inostranih medija za Crnom Gorom i njenim ljepotama, vrijednostima i posebnostima Unaprijediti nivo učestalosti medijskih izvještavanja inostranih medija o Crnoj Gori, napretku u oblasti nacionalnog brendiranja, kao i logotipu.

Sredstva komuniciranja i komunikacione aktivnosti

Pojedine komunikacione aktivnosti, kao i sredstva namijenjena za komuniciranje sa specijalizovanom domaćom i inostranom javnošću, biće dodatno podijeljena među institucijama državne uprave, koje će ih koristiti u svojim redovnim aktivnostima.

Komunikacione aktivnosti će biti usmjerene na:

- **unaprjeđenje imidža zemlje**, odnosno podizanje svijesti međunarodne javnosti o opštim civilizacijskim, istorijskim, kulturnim, ekonomskim, prirodnim, ljudskim vrijednostima i posebnostima Crne Gore sa jedne strane, i
- **predstavljanja konkretnih elemenata nacionalnog brenda** za koje postoji interesovanje javnosti u pojedinim međunarodnim zemljama, a u cilju unaprjeđenja prepoznatljivosti i vidljivosti Crne Gore.

Aktivnosti prilikom upravljanja nacionalnim brendom:

- edukacije za upotrebu stručne terminologije, upotrebu logotipa nacionalnog brenda u zvaničnoj komunikaciji, te poznavanje procesa nacionalnog brendiranja Crne Gore;
- informisanje građana i jačanje njihove svijesti o vrijednostima Crne Gore koje vizualizuje logotip nacionalnog brenda, te na taj način poboljšanje asocijacija logotipa kod domaće i inostrane javnosti na državu Crnu Goru i njene vrijednosti;
- informisanje šire javnosti o postignutim rezultatima u razvoju nacionalnog brenda i prepoznatljivosti njegovog logotipa kod domaće i inostrane javnosti;
- unaprjeđenje saradnje sa predstavnicima elektronskih i štampanih medija;

- unaprjeđenje strateškog komuniciranja sa ostalim institucijama i organizacijama iz javnog i privatnog sektora, kao i NVO sektora;
- objavljivanje primjera dobre prakse na internet stranici nacionalnog brenda;
- objavljivanje Knjige grafičkih standarda na zvaničnom sajtu Ministarstva ekonomije;
- izrada brošura i ostalog promotivnog materijala;
- kreiranje, kao i održavanje internet stranice nacionalnog brenda Crne Gore;
- kreiranje i objavljivanje časopisa o Crnoj Gori odnosno nacionalnom brendu, koji će se distribuirati inostranoj i domaćoj javnosti.
- priprema i distribucija promotivnog materijala sa logotipom nacionalnog brenda.
-

Aktivnosti će se realizovati posredstvom sljedećih kanala:

1. Elektronski mediji: Televizija

Televizija predstavljaju medijum koji je najpristupačniji najvećem broju definisanih ciljnih grupa. u svrhu promovisanja Crne Gore, odnosno nacionalnog brenda predlaže se organizovanje tematskih emisija, gostovanja, debata, kao i kratkometražnih filmova i određenih spotova, ali i kontakt program koji omogućava učešće građana u cijelom procesu. Korišćenje logotipa tokom određenih emisija, spotova, reklama i sl. doprinijeće boljoj vidljivosti i prepoznatljivosti logotipa nacionalnog brenda.

2. Štampani mediji

Štampane medije, u procesu komunikacije, treba koristiti tako da se pruže što potpunije informacije u vezi sa procesom nacionalnog brendiranja, ali i određenim aktivnostima koje se sprovode. Takođe, štampani mediji mogu biti korisni za pružanje informacija, u pravilnim vremenskim intervalima, samo pojedinim grupama stanovništva (npr. preduzetnicima, studentima, zaposlenim) o direktnim benefitima koje bi imale od izgrađenog nacionalnog brenda. Izrada i distribucija letaka, brošura, biltena, specijalnih publikacija, odgovarajućeg materijala sa znakom nacionalnog brenda, ali i suvenira, markica, razglednica i slično omogućilo bi što adekvatnije predstavljanje nacionalnog brenda, odnosno njegovog grafičkog prikaza (logotipa). Logotip nacionalnog brenda mora se koristiti na svim brošurama, promotivnim materijalima i sl. koji služe za promovisanje Crne Gore i njenih vrijednosti.

Priprema posebnog časopisa o Crnoj Gori, odnosno njenom nacionalnom brendu, koji bi se izdavao na kvartalnom nivou i distribuirao do određenih ciljnih grupa omogućio da se informacije koje su ključne za promovisanje Crne Gore, ali i isticanje njenih posebnosti i vrijednosti na najadekvatniji i veoma zanimljiv način prenesu.

3. Internet

Osim tradicionalnih internet medija koji se odnose na web sajt, posvećen nacionalnom brendu, njegovom procesu, kao i svim informacijama o pojedinim elementima nacionalnog brenda (turizam, kultura, istorija, savremeni projekti, ponuda, zanimljive priče o Crnoj Gori, sport, poslovni ambijent, život i rad, domaći proizvodi, domaće usluge, nacionalne kompanije i dr.), ali i korišćenje logotipa u poslovnoj komunikaciji u potpisu i sl. javlja se neophodnost aktivnosti na društvenim medijima (Facebook-u, Instagramu, LinkedIn-u, Twitteru itd). Na ovaj način će se doprijeti do većeg broja ciljnih grupa (naročito mlađih kategorija, ali i inostrane javnosti) i omogućiti kontinuirana promocija države, njenog brenda i posebnosti. Naravno uz isticanje logotipa kao materijalizacije nacionalnog brenda. Sa druge strane,

razvoj aplikacije koja bi bila posvećena nacionalnom brendu Crne Gore, a koja bi u krajnjem omogućila korisnicima najrazličitije informacije o Crnoj Gori, uz određene interaktivne sadržaje i ankete, omogućila bi da se u procesu izgradnje nacionalnog brenda sprovede konstantna interakcija i prezentacija Crne Gore, što će doprinijeti njenoj vidljivosti i boljoj pozicioniranosti u svijetu.

4. Događaji

Događaji koji se odnose na prezentovanje i predstavljanje Crne Gore, kako kod nas, tako i u inostranstvu predstavljaju važan kanal direktne komunikacije sa ciljnim grupama. Oni omogućavaju punu komunikaciju i povratnu informaciju o potrebama ciljnih grupa.

Događaji od značaja za promovisanje Crne Gore su: proslave, obilježavanja dana državnosti, nezavisnosti, konferencije, sajmovi, kulturni događaji, izložbe, umjetničke, sportske, obrazovne, kulturne manifestacije, predavanja, radionice, dani posvećeni određenim proizvodima, uslugama i sl, promotivni skupovi, poslovni forumi itd.

5. Info punktovi

Info punktovi će se koristiti za promovisanje logotipa i upoznavanje javnosti o logotipu, kao i o procesu nacionalnog brenda. Isti će u različitom vremenskom periodu biti organizovani u različitim gradovima Crne Gore, a u cilju upoznavanja javnosti sa konceptom nacionalnog brendiranja, postupkom izgradnje nacionalnog brenda, benefitima koje pojedinci imaju od izgrađenog nacionalnog brenda, kao i način na koji mogu dati svoj doprinos.

6. Reklamni materijal

Promotivni materijal kao što su olovke, rokovnici, usb memorije, šolje, podloge za miš, majice, kese, cegeri, kačketi, marame, zastavice, bedževi, privesci i sl. mogu se distribuirati poslovnim partnerima ili na određenim događajima, prezentacijama, promocijama, radionicama i sl. u zavisnosti od ciljnih grupa. Na taj način promovisaće se logotip nacionalnog brenda.

7. Poznate ličnosti

Komunikacija posredstvom poznatih javnih ličnosti iz oblasti sporta, muzike, glume i sl. mogu doprinijeti lakšem usvajanju i prepoznavanju logotipa nacionalnog brenda među ciljnim javnostima.

Način realizacije planiranih aktivnosti

Navedene aktivnosti će, prije svega, realizovati Direktorat za razvoj nacionalnog brenda i zaštitu potrošača Ministarstva ekonomije, u saradnji sa ostalim institucijama i organizacijama čije aktivnosti u značajnoj mjeri doprinose izgradnji nacionalnog brenda.

Finansijska procjena glavnih komunikacionih aktivnosti za 2016. i 2017. godinu, rokovi i njihovi nosioci

Finansijska procjena sredstava potrebnih za realizaciju komunikacionog plana, kao i vremenski okvir aktivnosti dati su tabelarno dalje u planu.

KOMUNIKACIONI PLAN ZA 2016. GODINU

	AKTIVNOST	CILJ	CILJNA GRUPA	VREMENSKI OKVIR	NOSILAC AKTIVNOSTI	INDIKATORI USPJEŠNOSTI I IZVORI I NAČIN VERIFIKACIJE	FINANSIJSKI OKVIR
JAČANJE KAPACITETA DIREKCIJE ZA RAZVOJ NACIONALNOG BRENDA							
1.	Studijska posjeta institucijama EU zaduženim za upravljanje i razvoj nacionalnog brenda	Unaprijeđenje nivoa informisanosti o najboljim praksama i modelima za predstavljanje i promovisanje nacionalnog brenda države	Službenici Direkcije za razvoj nacionalnog brenda	III kvartal 2016	MEK	Najmanje jedna godišnje, Program studijske posjete, broj i spisak učesnika, izvještaji sa sastanka u okviru studijske posjete	5.000,00
2.	Učešće na stručnim konferencijama i radionicama	Unaprijediti znanja i vještine u promovisanju države i njenog predstavljanja u inostranstvu	Službenici Direkcije za razvoj nacionalnog brenda	Kontinuirano	MEK	Spisak učesnika, materijal sa obuke, boj službenika koji su dobili certifikat Najmanje jedno učešće	2.500,00
3.	Izlaganje na konferencijama na temu nacionalnog brendiranja u cilju predstavljanja Crne Gore i njenog brenda, ali i logotipa	Unaprijediti nivo informisanosti o Crnoj gori, njenim vrijednostima, odnosno nacionalnom brendu. Predstaviti stručnoj javnosti dosadašnji razvoj nacionalnog brenda Crne Gore, ali i izabranog logotipa	Inostrana stručna javnost	Kontinuirano	MEK	Spisak učesnika, materijali sa konferencije Najmanje jedno izlaganje godišnje	2.500,00

		nacionalnog brenda					
EDUKACIJA							
4.	Prezentacije, obuke i brifinzi zaposlenim u organima državne uprave	Unaprjeđenje znanja i informisanosti o procesu izgradnje nacionalnog brenda, izabranom logotipu, njegovoj upotrebi i sl. u cilju sinhronizovanog nastupa i zajedničkih napora u procesu izgradnje nacionalnog brenda	Državne institucije – javni funkcioneri, državni službenici i namještenici	Kontinuirano	MEK	Najmanje 2 prezentacije, broj učesnika, program prezentacije	
5.	Prezentacije za institucije sporta, sportske klubove, udruženja i sl.	Podizanje svijesti o značaju promovisanja nacionalnog brenda i upotrebe logotipa nacionalnog brenda u sportskim aktivnostima	Uprava za mlade i sport, sportski klubovi, sportski savezi, organizatori sportskih događaja i takmičenja	Kontinuirano	MEK	Najmanje 1 edukacije, broj učesnika, program edukacije	
6.	Prezentacije za pravna lica	Podizanje svijesti o procesu izgradnje nacionalnog brenda, način upotrebe logotipa, kao i benefiti od upotrebe logotipa nacionalnog brenda	Uslužna preduzeća, proizvodna preduzeća	Kontinuirano	MEK	Najmanje 1 prezentacije, broj učesnika, program prezentacije	
8.	Predavanje za studente i srednjoškolce	Unaprijediti nivo znanja studenata i srednjoškolaca o značaju	Studenti/ srednjoškolci	Kontinuirano	MEK	Predavanja na dva fakulteta i jedno za maturante	

		nacionalnog brendiranja i benefitima koje ono donosi, predstaviti logotip nacionalnog brenda i sprovesti mini istraživanje njihovih percepcija o Crnoj Gori					
9.	Posjeta opštinama	Unaprjeđenje znanja i informisanosti o procesu izgradnje nacionalnog brenda, izabranom logotipu, njegovoj upotrebi i sl. u cilju sinhronizovanog nastupa i zajedničkih napora u procesu izgradnje nacionalnog	Lokalne samouprave, privredna i strukovna udruženja	Kontinuirano	MEK	Najmanje 5 posjeta opštinama	1.000,00
10.	Infopunktovi	Organizovanje prezentacija građanima različitih opština o nacionalnom brendu, kao i o logotipu nacionalnog brenda, kojom prilikom će se anketirati građani o njihovom viđenju i doživljaju logotipa	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK	Broj opština koje su posjećene i gdje su postavljeni infopunktovi, broj podijeljenog promotivnog materijala, broj popunjenih anketnih listića	2.000,00
INFORMISANJE							
12.	Tematske TV emisije posvećene Crnoj Gori	Zainteresovati medije da izvještavaju o	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK, vlada, Televizije sa nacionalnom	Broj emisija, snimci emisija, najave u	1.125,00

		procesu izgradnje nacionalnog brenda, kroz price o Crnoj Gori, njenim posebnostima, vrijednostima, tradicionalnim obilježjima, nacionalnim jelima, domaćim stvaraocima, svjetski poznatim mladim umjetnicima itd.			pokrivenošću	medijima, istraživanja javnog mnjenja	
13.	Predstavljanje logotipa na nacionalnim televizijama	Informisanje javnosti o izabranom logotipu nacionalnog brenda	Sve ciljne javnosti	Jul-Decembar	MEK, televizije sa nacionalnom pokrivenošću	Predstavljanje logotipa na najmanje 4 televizije	
14.	Učešće na promotivnim događajima u državi (sajmovi, forumi, manifestacije i sl.)	Predstavljanje logotipa nacionalnog brenda na događajima promotivnog karaktera koji se održavaju na teritoriji Crne Gore, a u cilju podizanja svijesti javnosti o logotipu i njegovim vrijednostima	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK u saradnju sa drugim državnim organima (Ministarstvom održivog razvoja i turizma, Ministarstvom poljoprivrede, Ministarstvom culture, Agencijom za promociju investicija i sl.)	Učešće na najmanje jednom događaju broj podijeljenih brošura i materijala	2.500,00
15.	Učešće na promotivnim događajima u inostranstvu (sajmovi, manifestacije, forumi, izložbe i sl.)	Predstavljanje logotipa nacionalnog brenda na događajima promotivnog karaktera koji se održavaju u	Inostrana javnost	Kontinuirano	MEK u saradnju sa drugim državnim organima (Ministarstvom održivog razvoja i turizma, Ministarstvom	Učešće na najmanje jednom događaju u inostranstvu, broj podijeljenih brošura i promotivnog	5.000,00

		inostranstvu, a u cilju podizanja svijesti javnosti o logotipu nacionalnog brenda Crne Gore i njegovim vrijednostima			poljoprivrede, Ministarstvom culture, Agencijom za promociju investicija i sl.)	materijala	
PROMOTIVNI MATERIJAL							
16.	TV spot o Crnoj Gori	Promotivni spot o Crnoj Gori koji će se emitovati na domaćim ali i inostranim TV kanalima, a u cilju promovisanja nacionalnog brenda Crne Gore	Sve ciljne javnosti	IV kvartal raspisivanje i sprovođenje konkursa Emitovanje spota u 2017. godini	MEK	Raspisan i objavljen konkurs za snimanje spota, objave konkursa u medijima, izrađen TV spot, broj emitovanja, broj medija koji su ga predstavili, broj podjela na društvenim mrežama	
17.	Rokovnici, olovke, USB uređaji, šolje, zastavice, kišobrani, majice, roll-upovi, privesci, bedževi, značke, punjači, kačketi, kutije za vizit karte, kese, cegeri i dr.	Postizanje konstantne prisutnosti vizuelnog identiteta nacionalnog brenda Crne Gore u javnosti, kao i postizanje pozicioniranja logotipa nacionalnog brenda u svijesti domaće i inostrane javnosti	Sve ciljne javnosti	III-IV kvartal 2016,	MEK	Količina podijeljenog promotivnog materijala, broj događaja na kojima je distribuiran materijal	10.000,00
18.	Promotivne brošure o nacionalnom brendu (izrada i štampa)	Unaprijediti nivo informisanosti o nacionalnom	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK	Jedna godišnja brošura	500,00

		brendu, procesu izgradnje, ključnim akterima, benefitima za svakog subjekta u društvu, dosadašnjim aktivnostima, upotrebi logotipa i načinu dodjele logotipa					
19.	Korišćenje logotipa nacionalnog brenda u poslovnoj komunikaciji (na dopisima, vizit kartama, u zvaničnom potpisu)	Podizanje svijesti i promovisanje vizuelnog identiteta nacionalnog brenda-upotrebom logotipa	Državne institucije, organi lokalne samouprave	Kontinuirano	Državne institucije, organi lokalne samouprave	Broj dopisa sa logotipom, broj zvaničnih potpisa sa logotipom, broj vizitkarti sa logotipom	
MEDIJI							
20.	Neformalni brifing sa medijima (umrežavanje)	Unaprijediti komunikaciju sa medijima	Novinari koji izvještavaju o ekonomskim temama	Kontinuirano	MEK	Najmanje 1 sastanak organizovan, spisak prisutnih	
21.	Radni doručak sa medijima	Unapređenje komunikacije sa medijima i podizanje nivoa svijesti o značaju izvještavanja o procesu nacionalnog brendiranja Crne Gore	Predstavnici štampanih, elektronskih i online medija	Kontinuirano	MEK	Najmanje 1 radni doručak, broj objava u medijima, spisak prisutnih	750,00
22.	Redovno informisanje i izvještavanje o procesu izgradnje nacionalnog brenda	Redovno izvještavanje i informisanje javnosti o procesu izgradnje nacionalnog brenda	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK	Broj saopštenja, intervjua, gostovanja, objava na sajtu nationbrand.me, sajtu MEK-a, Vlade, na društvenim	

						mrežama	
DRUŠTVENI MEDIJI							
23.	Facebook, Instagram i Twitter profil	Podstaći dijalog i aktivno učešće domaće javnosti u procesu izgradnje nacionalnog brenda Omogućiti informisanost građana posredstvom društvenih medija na kojima će se objavljivati sve aktuelnosti u vezi sa procesom nacionalnog brendiranja	Mladi, nevladine organizacije, Crnogorci koji žive u inostranstvu, mediji, državne institucije, lokalne samouprave itd.	Kontinuirano	MEK	Ažuriranje informacija na nedeljnoj osnovi, po potrebi i češće, broj onih koji prate facebook profil, broj posjeta na dnevnom, nedeljnom i mjesečnom nivou	
INOSTRANA JAVNOST							
24.	Radni doručak sa ambasadorima	Održavati redovnu komunikaciju radi predavljanja dosadašnjih aktivnosti i napretka u procesu izgradnje nacionalnog brenda, ali i u cilju promovisanja i predavljanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda. Omogućiti razmjenu iskustva u procesu nacionalnog brendiranja sa	Predstavnici DKP-a u Crnoj Gori	Kontinuirano	MEK	Najmanje 1 sastanak	750,00

		drugim državama, kao i kreiranja zajedničkih projekata iz ove oblasti					
	UKUPNO						33.625,00

KOMUNIKACIONI PLAN ZA 2017. GODINU

	AKTIVNOST	CILJ	CILJNA GRUPA	VREMENSKI OKVIR	NOSILAC AKTIVNOSTI	INDIKATORI USPJEŠNOSTI I IZVORI I NAČIN VERIFIKACIJE	FINANSIJSKI OKVIR
JAČANJE KAPACITETA DIREKCIJE ZA RAZVOJ NACIONALNOG BRENDA							
1.	Studijska posjeta institucijama EU zaduženim za upravljanje i razvoj nacionalnog brenda	Unaprijeđenje nivoa informisanosti o najboljim praksama i modelima za predstavljanje i promovisanje nacionalnog brenda države	Službenici Direkcije za razvoj nacionalnog brenda	III kvartal 2017	MEK	Program studijske posjete, broj i spisak učesnika, izvještaji sa sastanka u okviru studijske posjete	10.000,00
2.	Učešće na stručnim konferencijama i radionicama	Unaprijediti znanja i vještine u promovisanju države i njenog predstavljanja u inostranstvu	Službenici Direkcije za razvoj nacionalnog brenda	Kontinuirano	MEK	Spisak učesnika, materijal sa obuke, broj službenika koji su dobili certifikat Najmanje jedno učešće	5.000,00
3.	Izlaganje na konferencijama na temu nacionalnog brendiranja u cilju predstavljanja Crne Gore i njenog brenda, ali i logotipa	Unaprijediti nivo informisanosti o Crnoj gori, njenim vrijednostima, odnosno	Inostrana stručna javnost	Kontinuirano	MEK	Spisak učesnika, materijali sa konferencije Najmanje jedno	5.000,00

		nacionalnom brendu. Predstaviti stručnoj javnosti dosadašnji razvoj nacionalnog brenda Crne Gore, ali i izabranog logotipa nacionalnog brenda				izlaganje godišnje	
EDUKACIJA							
4.	Prezentacije, obuke i brifinzi zaposlenim u organima državne uprave	Unaprjeđenje znanja i informisanosti o procesu izgradnje nacionalnog brenda, izabranom logotipu, njegovoj upotrebi i sl. u cilju sinhronizovanog nastupa i zajedničkih napora u procesu izgradnje nacionalnog brenda	Državne institucije – javni funkcioneri, državni službenici i namještenici	Kontinuirano	MEK	Najmanje 4 prezentacije, broj učesnika, program prezentacije	
5.	Prezentacije za institucije sporta, sportske klubove, udruženja i sl.	Podizanje svijesti o značaju promovisanja nacionalnog brenda i upotrebe logotipa nacionalnog brenda u sportskim aktivnostima	Uprava za mlade i sport, sportski klubovi, sportski savezi, organizatori sportskih događaja i takmičenja	Kontinuirano	MEK	Najmanje 2 edukacije, broj učesnika, program edukacije	
6.	Prezentacije za pravna lica	Podizanje svijesti o procesu izgradnje nacionalnog brenda, način upotrebe logotipa,	Uslužna preduzeća, proizvodna preduzeća	Kontinuirano	MEK	Najmanje 2 prezentacije, broj učesnika, program prezentacije	

		kao i benefiti od upotrebe logotipa nacionalnog brenda					
7.	Predavanje za studente i srednjoškolce	Unaprijediti nivo znanja studenata i srednjoškolaca o značaju nacionalnog brendiranja i benefitima koje ono donosi, predstaviti logotip nacionalnog brenda i sprovesti mini istraživanje njihovih percepcija o Crnoj Gori	Studenti/srednjoškolci	Kontinuirano	MEK	Predavanja na dva fakulteta i jedno za maturante	
8.	Posjeta opštinama	Unaprjeđenje znanja i informisanosti o procesu izgradnje nacionalnog brenda, izabranom logotipu, njegovoj upotrebi i sl. u cilju sinhronizovanog nastupa i zajedničkih napora u procesu izgradnje nacionalnog	Lokalne samouprave, privredna i strukovna udruženja	Kontinuirano	MEK	Najmanje 10 posjeta opštinama	1.000,00
9.	Infopunktovi	Organizovanje prezentacija građanima različitih opština o nacionalnom brendu, kao i o logotipu nacionalnog brenda, kojom prilikom će se	Sve ciljane javnosti	Kontinuirano	MEK	Broj opština koje su posjećene i gdje su postavljeni infopunktovi, broj podijeljenog promotivnog materijala, broj popunjenih anketnih listića	2.000,00

		anketirati građani o njihovom viđenju i doživljaju logotipa					
INFORMISANJE							
10.	Internet stranica nationbrand.me	Obezbijediti jednostavan i pravovremen pristup svim informacijama relevantnim za promovisanje Crne Gore, njenih vrijednosti i uopšte process izgradnje nacionalnog brenda, aktuelnih priča iz Crne Gore, putopisa, rang listi po različitim kriterijumima, mini istraživanja itd.	Sve ciljne javnosti	Septembar-decembar	MEK	Broj posjeta, broj objava, broj ispunjenih upitnika	12.000,00
11.	Mobilna aplikacija nationbrand.me	Obezbijediti jednostavan i pravovremen pristup svim informacijama relevantnim za promovisanje Crne Gore, njenih vrijednosti i uopšte process izgradnje nacionalnog brenda, aktuelnih priča iz Crne Gore, putopisa, rang listi po različitim kriterijumima, mini istraživanja itd.	Sve ciljne javnosti	Septembar-December	Mek	Izrađena i promovisana mobilna aplikacija, objave u medijima, broj preuzimanja aplikacije	3.500,00
12.	Tematske TV emisije posvećene Crnoj Gori	Zainteresovati medije da izvještavaju o	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK, vlada, Televizije sa nacionalnom	Broj emisija, snimci emisija, najave u	2.250,00

		procesu izgradnje nacionalnog brenda, kroz price o Crnoj Gori, njenim posebnostima, vrijednostima, tradicionalnim obilježjima, nacionalnim jelima, domaćim stvaraocima, svjetski poznatim mladim umjetnicima itd.			pokrivenošću	medijima, istraživanja javnog mnjenja	
13.	Predstavljanje logotipa na nacionalnim televizijama	Informisanje javnosti o izabranom logotipu nacionalnog brenda	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK, televizije sa nacionalnom pokrivenošću	Predstavljanje logotipa na najmanje 4 televizije	
14.	Učešće na promotivnim događajima u državi (sajmovi, forumi, manifestacije i sl.)	Predstavljanje logotipa nacionalnog brenda na događajima promotivnog karaktera koji se održavaju na teritoriji Crne Gore, a u cilju podizanja svijesti javnosti o logotipu i njegovim vrijednostima	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK u saradnju sa drugim državnim organima (Ministarstvom održivog razvoja i turizma, Ministarstvom poljoprivrede, Ministarstvom culture, Agencijom za promociju investicija i sl.)	Učešće na najmanje tri događaja	5.000,00
15.	Učešće na promotivnim događajima u inostranstvu (sajmovi, manifestacije, forumi, izložbe i sl.)	Predstavljanje logotipa nacionalnog brenda na događajima promotivnog	Inostrana javnost	Kontinuirano	MEK u saradnju sa drugim državnim organima (Ministarstvom	Učešće na najmanje tri događaja u inostranstvu	10.000,00

		karaktera koji se održavaju u inostranstvu, a u cilju podizanja svijesti javnosti o logotipu nacionalnog brenda Crne Gore i njegovim vrijednostima			održivog razvoja i turizma, Ministarstvom poljoprivrede, Ministarstvom kulture, Agencijom za promociju investicija i sl.)		
PROMOTIVNI MATERIJAL							
16.	TV spot o Crnoj Gori	Promotivni spot o Crnoj Gori koji će se emitovati na domaćim ali i inostranim TV kanalima, a u cilju promovisanja nacionalnog brenda Crne Gore	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK	broj emitovanja, broj medija koji su ga predstavili, broj podjela na društvenim mrežama	5.000,00 nagrada za pobjedničko rješenje 5.000,00 plaćeno emitovanje
17.	Rokovnici, olovke, USB uređaji, šolje, zastavice, kišobrani, majice, roll-upovi, privesci, bedževi, značke, punjači, kačketi, kutije za vizit karte, kese, cegeri i dr.	Postizanje konstantne prisutnosti vizuelnog identiteta nacionalnog brenda Crne Gore u javnosti, kao i postizanje pozicioniranja logotipa nacionalnog brenda u svijesti domaće i inostrane javnosti	Sve ciljne javnosti	I kvartal 2017	MEK	Količina podijeljenog promotivnog materijala, broj događaja na kojima je distribuiran materijal	10.000,00
18.	Predstavljanje logotipa na bilbordu	Upoznati javnost sa izabranim logotipom nacionalnog brenda, osigurati	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK	Broj zakupljenih bilborda na polugodišnjem nivou na teritoriji Crne Gore	1.000,00

		pamtljivost i positovječivanje sa logotipom					
19.	Promotivne brošure o nacionalnom brendu (izrada i štampa)	Unaprijediti nivo informisanosti o nacionalnom brendu, procesu izgradnje, ključnim akterima, benefitima za svakog subjekta u društvu, dosadašnjim aktivnostima, upotrebi logotipa i načinu dodjele logotipa	Sve ciljne javnosti	Kontinuirano	MEK	Jedna godišnja brošura	500,00
20.	Korišćenje logotipa nacionalnog brenda u poslovnoj komunikaciji (na dopisima, vizit kartama, u zvaničnom potpisu)	Podizanje svijesti i promovisanje vizuelnog identiteta nacionalnog brenda-upotrebom logotipa	Državne institucije, organi lokalne samouprave	Kontinuirano	Državne institucije, organi lokalne samouprave	Broj dopisa sa logotipom, broj zvaničnih potpisa sa logotipom, broj vizitkarti sa logotipom	
MEDIJI							
21.	Neformalni brifing sa medijima (umrežavanje)	Unaprijediti komunikaciju sa medijima	Novinari koji izvještavaju o ekonomskim temama	Kontinuirano	MEK	Najmanje 1 sastanak organizovan, spisak prisutnih	
22.	Radni doručak sa medijima	Unapređenje komunikacije sa medijima i podizanje nivoa svijesti o značaju izvještavanja o procesu nacionalnog brendiranja Crne Gore	Predstavnici štampanih, elektronskih i online medija	Kontinuirano	MEK	Najmanje 2 radna doručka na godišnjem nivou, broj objava u nedijima, spisak prisutnih	1.500,00
23.	Konkurs za najbolji novinarski tekst o	Podići stepen zainteresovanosti	Novinari štampanih medija, agencija i veb	I kvartal 2017	MEK	Broj pristiglih tekstova, odluka	500,00

	nacionalnom brendu/brendiranju/logotipu nacionalnog brenda Crne Gore	o nacionalnom brendiranju	portala			žirija o najboljim tekstovima, objave konkursa u medijima, na internet portalima, na društvenim mrežama	
24.	Redovno informisanje i izvještavanje o procesu izgradnje nacionalnog brenda	Redovno izvještavanje i informisanje javnosti o procesu izgradnje nacionalnog brenda	Sve ciljane javnosti	Kontinuirano	MEK	Broj saopštenja, intervjua, gostovanja, objava na sajtu nationbrand.me, sajtu MEK-a, Vlade, na društvenim mrežama	
DRUŠTVENI MEDIJI							
25.	Facebook, Instagram i Twitter profil	Podstaći dijalog i aktivno učešće domaće javnosti u procesu izgradnje nacionalnog brenda Omogućiti informisanost građana posredstvom društvenih medija na kojima će se objavljivati sve aktuelnosti u vezi sa procesom nacionalnog brendiranja	Mladi, nevladine organizacije, Crnogorci koji žive u inostranstvu, mediji, državne institucije, lokalne samouprave itd.	Kontinuirano	MEK	Ažuriranje informacija na nedeljnoj osnovi, po potrebi i češće, broj onih koji prate facebook profil, broj posjeta na dnevnom, nedeljnom i mjesečnom nivou	
INOSTRANA JAVNOST							
26.	Radni doručak sa ambasadorima	Održavati redovnu komunikaciju radi predstavljanja dosadašnjih	Predstavnici DKP-a u Crnoj Gori	Kontinuirano	MEK	Najmanje 2 sastanka na godišnjem nivou	1.500,00

		aktivnosti i napretka u procesu izgradnje nacionalnog brenda, ali i u cilju promovisanja i predstavljanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda. Omogućiti razmjenu iskustva u procesu nacionalnog brendiranja sa drugim državama, kao i kreiranja zajedničkih projekata iz ove oblasti					
27.	Časopis o Crnoj Gori – MNEWS	Obezbijediti redovno informisanje inostrane javnosti o Crnoj Gori i vrijednostima na kojima počiva nacionalni brend	Diplomatsko-konzularna predstavništva, inostrani mediji, međunarodna javnost	Polugodišnje	MEK	Broj adresa na koje je distribuiran časopis	2.500,00
MONITORING							
28.	Istraživanje inostrane javnosti o percepciji nacionalnog brenda Crne Gore	Ispitati nivo i vrstu percepcije nacionalnog brenda i mogućnosti njegove veće prepoznatljivosti kod ciljnih tržišta EU	Inostrana javnost	Godišnje	MEK	Broj upitnika, broj ispitanika po državama	10.000,00
UKUPNO							84.250,00