



Ministarstvo
prosvjete, nauke
i inovacija

MEDIJSKI PLAN

MINISTARSTVA PROSVJETE, NAUKE I INOVACIJA

NOVEMBAR 2025. GODINE





SADRŽAJ

SAŽETAK	4
I UVOD	5
1. Nadležnosti	5
2. Vizija Ministarstva	6
3. Uloga medijskog plana	6
4. Operativni okvir komunikacije	6
4.1 KPI sistem – ključni pokazatelji uspješnosti	6
4.2. Content matrica - raspodjela sadržaja po kanalima i formatima	8
4.3. Protokoli komunikacije (standardizovane procedure)	8
4.4. Krizna komunikacija	9
5. Segmentacija javnosti	9
6. Godišnji komunikacioni kalendar	9
7. Plan resursa i organizacija tima	9
8. Upravljanje rizicima	10
II OPŠTI CILJEVI MEDIJSKOG PLANA	11
III POSEBNI CILJEVI I AKTIVNOSTI (ZA Q4 2025. I PRIPREMU ZA 2026. GODINU)	12
Ciljana grupa 1: učenici i studenti (fokus – reforme, podrška, upisi)	12
Ciljana grupa 2: Nastavnici, edukatori, akademsko osoblje, istraživači i inovatori	13
Ciljana grupa 3: Opšta javnost, lokalne zajednice i donosioci odluka	14
Ciljana grupa 4: Učenici i studenti (svi nivoi obrazovanja), roditelji, nastavno i nenastavno osoblje u školama, šira javnost (sa posebnim osvrtom na lokalne zajednice).	15
Ciljna grupa 5: Opšta javnost (građani svih uzrasta i socio-ekonomskih grupa), mediji, civilni sektor, akademska zajednica, privrednici, međunarodni partneri.	16
IV MONITORING I EVALUACIJA	18
V ZAKLJUČAK	19

SAŽETAK:

Medijski plan Ministarstva prosvjete, nauke i inovacija Crne Gore predstavlja strateški okvir za modernu, otvorenu i efikasnu komunikaciju sa svim ciljanim grupama: učenicima, studentima, roditeljima, nastavnicima, akademskom zajednicom, privredom, međunarodnim partnerima i širom javnošću.

Plan prati ključne prioritete Ministarstva:

- razvoj kvalitetnog, inkluzivnog i modernog obrazovnog sistema,
- digitalizaciju obrazovnih i upravnih procesa,
- podsticanje naučnog i inovacionog potencijala,
- jačanje transparentnosti, odgovornosti i otvorene uprave,
- stvaranje sigurnog i podržavajućeg školskog okruženja.

Dokument definiše sveobuhvatan sistem komunikacije zasnovan na:

- jasno postavljenim KPI indikatorima,
- detaljnoj content matrici,
- standardizovanim protokolima (kreiranje sadržaja, reagovanje na dezinformacije, krizna komunikacija, komunikacija škola),
- segmentaciji javnosti i strateškom pozicioniranju poruka,
- godišnjem komunikacionom kalendaru koji obezbjeđuje pravovremenu, dosljednu i planiranu komunikaciju.

Posebni fokus stavljen je na komunikaciju reformi, podrške mladima, profesionalni razvoj nastavnika, vidljivost nauke i inovacija, međunarodnu saradnju i jasnu komunikaciju o bezbjednosti u školama.

Plan uključuje i sveobuhvatan sistem monitoringa i evaluacije - medijski, digitalni, percepcijski i interni monitoring, sa jasnim metodologijama i izvještavanjem. Dokument je koncipiran tako da bude praktičan, lako upotrebljiv i mjerljiv, a istovremeno dovoljno fleksibilan da odgovori na krizne situacije i promjene u javnom diskursu.

Uvod

Ministarstvo prosvjete, nauke i inovacija (MPNI) ima jednu od ključnih misija za budućnost Crne Gore – izgradnju društva utemeljenog na znanju, inovacijama i inkluzivnosti. U vremenu dinamičnih promjena i sve izraženijih globalnih izazova, uloga obrazovanja, nauke i inovacija postaje presudna za ukupan ekonomski i društveni razvoj.

Program rada MPNI za 2025. godinu jasno definiše strateške pravce i konkretne aktivnosti usmjerene ka ostvarenju ove vizije. Ovaj medijski plan predstavlja važan alat za transparentnu, dosljednu i efikasnu komunikaciju svih planiranih aktivnosti i rezultata.

Ministarstvo u kontinuitetu teži da obezbijedi efikasnu, interaktivnu i dostupnu komunikaciju sa svim ciljanim grupama putem web platformi, društvenih mreža i multimedijalnih sadržaja. Ovakav pristup doprinosi brzom razmjeni informacija, jačanju povjerenja i aktivnijem uključivanju javnosti u procese donošenja odluka.

1. Nadležnosti

Ministarstvo prosvjete, nauke i inovacija obavlja širok spektar poslova definisanih Uredbom o organizaciji i načinu rada državne uprave. Njegove nadležnosti obuhvataju kreiranje, uspostavljanje i razvoj cjelokupnog obrazovno-vaspitnog sistema – od predškolskog do visokog obrazovanja – kao i podsticanje naučnoistraživačke i inovacione djelatnosti.

To uključuje definisanje normative, licenciranje ustanova, priznavanje inostranih obrazovnih isprava, razvoj obrazovne infrastrukturalne, obezbjeđivanje učeničkog i studentskog standarda kroz stipendije, kredite, prevoz, smještaj u domovima učenika i studenata, razvoj programa dualnog obrazovanja, digitalizaciju obrazovanja, podršku mladim talentima, istraživačima i naučnicima, te naučnoj dijaspori. Ministarstvo takođe radi na usklađivanju domaćih propisa sa pravnom tekovinom Evropske unije i integraciji crnogorske nauke u Evropski istraživački prostor, uz uvođenje KPI sistema za praćenje rezultata i evaluaciju učinka svih aktivnosti.

2. Vizija Ministarstva

Vizija MPNI je izgradnja modernog, inkluzivnog i kvalitetnog obrazovnog sistema koji odgovara potrebama savremenog društva i tržišta rada. Fokus je na razvoju znanja, vještina i kompetencija ključnih za uspjeh u dinamičnom globalnom okruženju, sa posebnim akcentom na STEM oblasti, kritičko mišljenje, digitalnu i medijsku pismenost, kao i preduzetništvo.

U oblasti nauke i inovacija, Ministarstvo teži jačanju istraživačkih kapaciteta, podsticanju centara izvrsnosti, unapređenju infrastrukture i jačanju međunarodne saradnje, s ciljem da Crna Gora postane prepoznatljivo društvo zasnovano na znanju i inovacijama.

3. Uloga medijskog plana

U skladu s principima otvorene uprave – transparentnosti, participacije i odgovornosti – Ministarstvo prepoznaje ključnu važnost efikasne i pravovremene komunikacije. Dosadašnje analize stanja u oblasti otvorenosti Vlade ukazuju na potrebu za proaktivnijim objavljivanjem informacija, većom dostupnošću podataka i snažnijom dvosmjernom komunikacijom sa građanima. Iako su platforme poput e-Uprave i e-Participacije uspostavljene, njihov puni potencijal još uvijek nije iskorišćen, a medijske navike građana i dalje su raznolike, uz dominaciju televizije, ali i sve intenzivniji uticaj digitalnih medija.

Ovaj medijski plan ima za cilj da odgovori na navedene izazove. Kroz ciljane, transparentne i inovativne komunikacione aktivnosti, Ministarstvo će obezbijediti da informacije o politikama, aktivnostima i rezultatima budu dostupne svakom građaninu pravovremeno, jasno, objektivno i razumljivo. Poseban fokus biće stavljen na digitalne kanale, vizuelne formate i interaktivne sadržaje kako bi se podstakao veći angažman javnosti i povećala informisanost o ključnim reformama i prilikama koje Ministarstvo nudi.

Implementacijom ovog plana, MPNI će dodatno ojačati povjerenje javnosti, promovisati vrijednosti znanja i inovacija i aktivno uključiti sve relevantne aktere u izgradnju bolje i naprednije budućnosti Crne Gore.

4. Operativni okvir komunikacije

Kako bi se komunikacija odvijala planski, mjerljivo i efikasno, uvode se sljedeći elementi:

4.1. KPI sistem – ključni pokazatelji uspješnosti

Zašto je važan?

KPI sistem omogućava Ministarstvu da mjeri učinak komunikacionih aktivnosti na osnovu jasnih i provjerljivih podataka. Cilj je da pokazatelji budu **jednostavni, mjerljivi, dostižni, relevantni i vremenski definisani (SMART princip)**, kako bi omogućili kontinuiranu evaluaciju i unapređenje komunikacije.

KPI za digitalne kanale

Područje	KPI	Opis
Web-sajt	• +25% ukupnih posjeta na godišnjem nivou • 30% više preuzimanja strateških dokumenata	Mjeri interes za politike i informisanost javnosti. Osnovna vrijednost se utvrđuje početkom godine.
SEO	• +15% rasta organskog saobraćaja za ključne pojmove: „stipendije“, „upis“, „reforme obrazovanja“	KPI se mjeri mjesečno i poredi sa prosjekom prethodne godine.
Društvene mreže	• +30% rasta engagement rate-a • +15% rasta broja pratilaca godišnje	Engagement rate se mjeri ukupnim brojem reakcija, komentara, dijeljenja i pregleda.
Video komunikacija	• minimum 5 kampanja godišnje • prosječno 8.000 pregleda po videu	Dosljedno prati rast publike i kapacitete.

KPI za transparentnost i otvorene podatke

Područje	KPI
Objavljivanje dokumenata	100% strateških i akcionih dokumenata objavljeno u roku do 48 sati od usvajanja
Finansijska transparentnost	Svi finansijski izvještaji ažurirani kvartalno
SPI (slobodan pristup informacijama)	90% zahtjeva riješeno u roku propisanom zakonom

KPI za javne kampanje

Tip kampanje	KPI
Prevenција nasilja	• najmanje 60% škola koristi kampanjske materijale (mjerljivo kroz izvještaje škola) • +15% porasta prijava (indikator povjerenja, ne povećanja nasilja)
Promocija reformi	• 40.000 ukupnih pregleda svih video materijala kampanje • +10% porasta informisanosti (mjerljivo kroz kratke ankete prije i nakon kampanje)
Podrška učenicima	• minimum 70% pozitivnog sentimenta (analiza komentara i reakcija)

4.2. Content matrica - raspodjela sadržaja po kanalima i formatima

Content matrica obezbjeđuje da svaka poruka bude plasirana preko najefikasnijeg kanala i u formatu koji najviše odgovara ciljnoj grupi.

Kanal	Format	Svrha
Web-sajt MPNI	Službena saopštenja, dokumenti, baze podataka, vodiči	Centralno mjesto informisanja
Facebook	Saopštenja, video priče, live sesije, najave događaja	Najveći doseg kod roditelja i opšte publike
Instagram	Infografike, reels, kratke poruke, kampanje	Mladi 13–30, vizuelni identitet
TV i radio	Kampanje, informativni spotovi	Starija populacija i ruralne sredine

4.3. Protokoli komunikacije (standardizovane procedure)

Protokol za kreiranje sadržaja

- 1. Prikupljanje informacija iz sektora
- 2. Pisanje nacрта
- 3. Pravna provjera (ako je potrebno)
- 4. Odobravanje od strane PR službe
- 5. Odobrenje kabineta (za osjetljive teme)
- 6. Objavljivanje po content matrici
- 7. Post-kampanijska analiza KPI-ja

Protokol za reagovanje na dezinformacije

- 1. Monitoring medija svakih 2–4 sata
- 2. Identifikacija sporne informacije
- 3. Izrada zvaničnog demantija u roku od 60 minuta
- 4. Objavljivanje na web-sajtu i društvenim mrežama
- 5. Direktno informisanje medija i partnera
- 6. Evaluacija uticaja (komentari, reach, sentiment analiza)

Protokol za komunikaciju škola

- 1. Svaka škola ima osobu za komunikaciju
- 2. Centralizovan sistem poruka (newsletter za sve škole)
- 3. Posebna procedura za hitne slučajeve (nasilje, incidenti)

4.4. Krizna komunikacija

Tipovi kriza

- Vršnjačko nasilje
- Bezbjednosni incidenti u školama
- Tehničke greške (elektronske platforme)
- Dezinformacije u medijima
- Protesti, nezadovoljstvo javnosti
- Incidenti tokom ispita i testiranja

Krizni mehanizam (jasni koraci)

- 1. Identifikacija krize – PR tim i sektor
- 2. Brzina – prva objava u roku od 30–60 minuta
- 3. Centralizovana poruka – govori samo Ministarstvo, škole ne daju izjave bez koordinacije
- 4. Ton komunikacije – empatičan, činjeničan, bez spekulacija
- 5. Redovno obavješćavanje – svakih 6 sati dok traje krizna situacija
- 6. Završna analiza i izvještaj – u roku od 7 dana

5. Segmentacija javnosti

Primarna publika: učenici, studenti, roditelji, nastavnici, direktori

Sekundarna publika: akademska zajednica, privreda, NVO sektor

Eksterna publika: mediji, međunarodni partneri, opšta javnost

6. Godišnji komunikacioni kalendar

Kalendar obezbjeđuje da komunikacija bude pravovremena, dosljedna i povezana sa ključnim događajima u obrazovnom i naučnom sistemu. Prilagođava se svake godine, ali ova struktura predstavlja stabilan okvir.

- Q1: transparentnost, konkursi, pripremne aktivnosti.
- Q2: matura, upisi, ljetnje kampanje.
- Q3: priprema školske godine, STEM fokus.
- Q4: stipendije, nagrade, prevencija nasilja, međunarodne aktivnosti.

7. Plan resursa i organizacija tima

Tim Ministarstva

- koordinator komunikacija

- 2 PR savjetnika
- 1 kreator digitalnog sadržaja
- 1 community manager

Uloga sektora

Svaki sektor ustupa: podatke, objašnjenja, sagovornike, tehničke informacije i relevantne priloge.

Spoljni partneri

Angažuju se po potrebi: video produkcija, dizajn, digitalne kampanje, zakup medija, monitoring alati.

8. Upravljanje rizicima

Rizik	Mitigacija
Dezinformacije	brzi protokol, unaprijed pripremljeni Q&A
Kašnjenje podataka iz škola	digitalne forme, mjesečni podsjetnici
Nedostatak kadrova	angažovanje eksternih saradnika
Negativni medijski trendovi	proaktivna komunikacija, redovni stavovi
Tehnički problem	alternativni kanali i rezervni plan
Preopterećenje tima	prioritizacija i jasna podjela odgovornosti

Opšti ciljevi medijskog plana

- 1. Jačanje povjerenja i prepoznavanja uloge obrazovanja i nauke:** Kontinuirano pozicionirati MPNI kao nosioca modernizacije, inovacija i poboljšanja kvaliteta života, gradeći na postojećem visokom povjerenju u obrazovni sistem.
- 2. Poboljšanje informisanosti i aktivnog učešća:** Značajno povećati svijest građana, posebno mladih, o politikama, reformama, programima podrške i inicijativama Ministarstva, uz aktivno uključivanje javnosti u procese kreiranja i evaluacije.
- 3. Podsticanje karijernog usmjeravanja ka oblastima budućnosti:** Motivisanje mladih za izbor karijera u strateškim sektorima (nauka, IT, preduzetništvo, inovacije) i promovisanje cjeloživotnog učenja.
- 4. Promocija Crne Gore kao društva znanja i inovacija:** Isticanje uspeha, talenata i potencijala u obrazovanju i nauci na nacionalnom i međunarodnom nivou, uz osiguravanje transparentnosti i dostupnosti informacija.
- 5. Kreiranje sigurnog, podržavajućeg i inkluzivnog obrazovnog okruženja:** Aktivno promovisanje politika i praksi koje osiguravaju bezbjednost, jednakost šansi i dobrobit svakog učenika i studenta.
- 6. Unapređenje proaktivne transparentnosti i dostupnosti informacija:** Osigurati da MPNI funkcioniše po najvišim standardima otvorene uprave, garantujući pravovremen, potpun i lako dostupan uvid u svoj rad i procese donošenja odluka.

III Posebni ciljevi i aktivnosti (za Q4 2025. i pripremu za 2026. godinu)

Ciljana grupa 1: učenici i studenti (fokus – reforme, podrška, upisi)

1.1 Obrazovne reforme i modernizacija sistema:

- Cilj: Transparentno predstaviti uticaj tekućih reformi i modernizacije obrazovnog sistema na kvalitet nastave i mogućnosti za učenike.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - Promocija uspješnih primjera implementacije CLIL metodologije, digitalnih alata i sistema dualnog obrazovanja.
 - Održavanje info dana za izbor srednje škole i fakulteta, sa posebnim naglaskom na STEM oblasti i preduzetništvo.

1.2 Podrška učenicima i studentima

- Cilj: Osigurati da javnost bude obaviještena o aktivnostima za bezbjedno i podržavajuće obrazovno okruženje, kao i o transparentnoj dodjeli pomoći.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - Objavljivanje rezultata konkursa (stipendije, krediti, domovi): Kroz objave na sajtu Ministarstva, društvenim mrežama i medijima, transparentno predstaviti rezultate konkursa za stipendije, kredite i smještaj u domovima (za 2025/2026. godinu), sa fokusom na obuhvatnost i pravednost dodjele.

1.3 Usmjeravanje karijere i cjeloživotno učenje :

- Cilj: Promovisati novu Strategiju i informisati o mogućnostima za sticanje novih vještina i prekvalifikacije.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - Promocija Strategije karijernog vođenja i savjetovanja 2025-2030, sa fokusom na mogućnosti za mlade.
 - Promocija obrazovanja odraslih: Nakon analize sistema obrazovanja odraslih (koja je bila u Q1), prezentovati ključne preporuke i pokrenuti kampanju (Q4) o programima neformalnog i informalnog učenja, ističući mogućnosti za razvoj vještina i preduzetništvo.

Ciljana grupa 2: Nastavnici, edukatori, akademsko osoblje, istraživači i inovatori

2.1 Profesionalni razvoj i pravni okvir:

- Cilj: Transparentno komunicirati izmjene regulative i podršku profesionalnom usavršavanju.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - Organizovanje sastanaka na kojima će biti predstavljene sve izmjene pravilnika o auto školama, ispitivačima, licenciranju. Fokusirati se na jasna objašnjenja izmjena i njihov uticaj na rad.
 - Promocija usavršavanja: Nakon Q4 aktivnosti vezanih za izradu Programa redovnog i periodičnog usavršavanja ovlašćenih ispitivača, promovisati važnost kontinuiranog profesionalnog razvoja i predstaviti programe obuka.

2.2 Finansiranje istraživanja i podrška inovacijama:

- Cilj: Povećati vidljivost i dostupnost sredstava za naučnoistraživačku i inovacionu djelatnost.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - Transparentno predstaviti rezultate (Q4) konkursa za sufinansiranje naučnoistraživačke djelatnosti, učešća u Horizont Evropa i EUREKA projektima, ističući uspješne projekte i njihov doprinos nauci i društvu.
 - Predstavljanje Programa za nauku i inovacije 2025-2029: Detaljno predstaviti ciljeve i mogućnosti Programa za nauku i inovacije 2025-2029 (Q3 aktivnost) kroz seriju online prezentacija i interaktivnih radionica za naučnu zajednicu i privrednike.

- Promocija stipendija i nagrada: Aktivno promovisati (Q4) konkurse za dodjelu stipendija izvrsnosti za doktorska i postdoktorska istraživanja, kao i Javni poziv za dodjelu nagrada za naučna dostignuća. Prikazati inspirativne priče dosadašnjih dobitnika.

Ciljana grupa 3: Opšta javnost, lokalne zajednice i donosioci odluka

3.1 Transparentnost i odgovornost:

- Cilj: Osigurati maksimalnu transparentnost u radu Ministarstva i procesima donošenja odluka.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - Jasno predstavljeni načini na koje građani mogu dobiti informacije o radu Ministarstva, priložiti žalbe na rad službenika, prijaviti korupciju u obrazovanju, vršnjačko nasilje ili druge nepravilnosti u funkcionisanju obrazovnog sistema.
 - Jasnije predstavljanje propisa: Kroz kratke video animacije i info-materijale objašnjavati suštinu i benefite novih zakonskih rješenja

3.2 Infrastruktura i regionalni razvoj:

- Cilj: Vizuelno i narativno predstaviti investicije u obrazovnu infrastrukturu i njihov direktan uticaj na lokalne zajednice.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - Promocija većih infrastrukturnih projekata kroz priču o njihovom doprinosu korisnicima i lokalnoj zajednici.
 - Promocija rekonstrukcije postojećih i gradnje novih škola: Nastaviti s kontinuiranom praksom promocije projekata rekonstrukcije postojećih i gradnje novih škola, kroz video i foto sadržaje za društvene mreže i medije, praćene odgovarajućim saopštenjima.

3.3 Promocija izvrsnosti i međunarodne saradnje:

- Cilj: Isticati talente, uspjehe i međunarodna partnerstva Crne Gore u oblasti obrazovanja i nauke.
- Aktivnosti (Q4 2025. i najava za 2026.):
 - “Ponos Crne Gore” – Kampanja za nagrađene: Kroz medijske priloge, društvene mreže i posebne događaje, promovisati dobitnike Državne nagrade “Oktoih” (Q4) i laureata naučnih nagrada, ističući njihov doprinos i inspirišući nove generacije.

- “Crna Gora na globalnoj mapi nauke” – Promocija naučne dijaspor: Aktivno koristiti društvene mreže i stručne portale za promociju saradnje sa naučnom dijasporom (Q4), predstavljajući zajedničke projekte i njihov značaj.

Ciljana grupa 4: Učenici i studenti (svi nivoi obrazovanja), roditelji, nastavno i nenastavno osoblje u školama, šira javnost (sa posebnim osvrtom na lokalne zajednice).

Posebni ciljevi i aktivnosti (tema: prevencija vršnjačkog nasilja):

4.1 Obrazovne reforme i modernizacija sistema:

- Aktivnosti (fokus na Q4 2025. i pripremu za 2026. godinu):
 - Nastavak rada na kampanjama prevencije nasilja u školama, uključujući vršnjačko nasilje, rodno zasnovano nasilje i seksualno uznemiravanje. Kampanje bi trebalo da ukažu na važnost prijavljivanja i traženja pomoći. Sadržaj treba da sadrži jasne upute gdje se može dobiti pomoć (školske stručne službe, telefonske linije).
 - Kreirati interaktivni vodič: Razvoj jednostavnog, mobilnog interaktivnog vodiča (kao web aplikacije ili PDF brošure na sajtu Ministarstva) sa informacijama za učenike (kako prijaviti nasilje anonimno, savjeti za reagovanje), roditelje (kako prepoznati znakove, komunikacija sa školom) i nastavnike (protokoli za postupanje, edukativni materijali).
 - Saradnja sa influencerima i mladim javnim ličnostima: Angažovanje mladih sportista, muzičara ili influensera koji su uzori tinejdžerima, kako bi kroz svoje kanale komunikacije slali poruke o važnosti empatije, prihvatanja različitosti i nulte tolerancije na nasilje.
 - Školski plakati i informativni materijali: Dizajniranje i distribucija vizuelno atraktivnih plakata i brošura za sve obrazovne ustanove, sa ključnim porukama kampanje, procedurama prijavljivanja nasilja i kontaktima za podršku.

4.2 Promovisanje kulture tolerancije, empatije i pozitivnih međuvršnjačkih odnosa u obrazovnom okruženju.

- Aktivnosti (fokus na Q4 2025. i pripremu za 2026. godinu):
 - Organizovanje edukativnih radionica i interaktivnih predavanja u svim školama, koje će voditi pedagozi, psiholozi, socijalni radnici i defektolozi (kako je navedeno u Programu rada, P.7). Radionice će se fokusirati na razvoj empatije, vještine rješavanja konflikata bez nasilja, promociju inkluzije i poštovanje različitosti. U Q4 pozvati medije da isprate najuspješnije radionice.
 - Predstavljanje učenika, nastavnika ili školskih timova koji su pokrenuli inicijative za poboljšanje školske klime, prevenciju nasilja i promociju inkluzije, kroz kratke video reportaže i pisane intervjuje na web-sajtu Ministarstva i društvenim mrežama.

4.3 Promovisanje kulture tolerancije, empatije i pozitivnih međuvršnjačkih odnosa u obrazovnom okruženju.

- Cilj: Transparentna komunikacija o bezbjednosnim mjerama, uspostavljenim procedurama za reagovanje i institucionalnoj podršci.
- Aktivnosti (fokus na Q4 2025. i pripremu za 2026. godinu):
 - Informisanje javnosti o implementaciji inicijative za uspostavljanje fizičkog obezbjeđenja u školama, kao i drugim mjerama (video nadzor, prisustvo stručnih saradnika). Cilj je da se roditeljima pošalje poruka o sigurnosti školskog okruženja.
 - Upoznavanje javnosti sa pravnim okvirom koji se odnosi na inkluziju i zaštitu od svih oblika nasilja.

Ciljna grupa 5: Opšta javnost (građani svih uzrasta i socio-ekonomskih grupa), mediji, civilni sektor, akademska zajednica, privrednici, međunarodni partneri.

5.1 Povećanje proaktivne transparentnosti i dostupnosti svih relevantnih informacija o radu Ministarstva.

- Aktivnosti (fokus na Q4 2025. i pripremu za 2026. godinu):
 - Redovno objavljivanje Programa rada i Izveštaja o radu: Kontinuirano publikovanje programa rada Ministarstva sa jasno definisanim indikatorima učinka, kao i godišnjih izveštaja o radu, dostupnih na glavnoj stranici web-sajta. Ovi dokumenti treba da budu predstavljeni i u formi lako razumljivih sažetaka za širu javnost.
 - Transparentnost finansijskih podataka: Proaktivno objavljivanje budžeta i detaljnih finansijskih izveštaja Ministarstva u mašinski čitljivim formatima, što omogućava dublju analizu i kontrolu trošenja javnih sredstava.
 - Dostupnost strateških dokumenata i analiza: Objava svih strateških dokumenata i analiza, uključujući izveštaje o njihovoj implementaciji i prateće akcione planove, u centralizovanoj i pretraživoj bazi na web-sajtu Ministarstva.
 - Primjena Zakona o slobodnom pristupu informacijama (SPI): Dosledno primenjivanje i proaktivno objavljivanje svih informacija u skladu sa Zakonom o SPI.
 - Izrada i ažuriranje Vodiča za pristup informacijama: Redovno objavljivanje i ažuriranje vodiča za pristup informacijama, kao i informacija o pravima i obavezama korisnika SPI, putem svih komunikacionih kanala.
 - Vidljivost ključnih informacija: Osigurati da su sve važne informacije (npr. o otvorenim konkursima, javnim raspravama, rokovima) lako vidljive i dostupne sa

glavne stranice web-sajta Ministarstva, kao dio osnovnog menija.

- Kadrovska transparentnost: Objavljivanje spiska zaposlenih (uključujući pozicije i kontakte), te podataka o funkcionerima i obračunu njihovih zarada, radi jačanja integriteta i odgovornosti.

5.2 Modernizacija i optimizacija digitalnih komunikacionih kanala za efikasnu, korisnički orijentisanu i dvosmjernu komunikaciju.

- Aktivnosti (fokus na Q4 2025. i pripremu za 2026. godinu):
 - Intenzivno korišćenje društvenih mreža: Nastaviti sa korišćenjem kreativnih i interaktivnih aktivnosti na društvenim mrežama, koristeći moderne vizuelne alate umjesto generičkih saopštenja.

5.3 Podcilj: Jačanje saradnje sa civilnim sektorom i drugim zainteresovanim stranama u kreiranju i evaluaciji javnih politika.

- Aktivnosti (fokus na Q4 2025. i pripremu za 2026. godinu):
 - Inkluzivne javne konsultacije: Organizovanje tematskih, fokusiranih sastanaka i okruglih stolova sa civilnim sektorom i ekspertima u ranim fazama izrade politika i dokumenata, kako bi se omogućio veći uticaj i suštinsko partnerstvo.
 - Mehanizmi za mjerenje učinkovitosti komunikacije: Uspostavljanje jasnih mehanizama za ocjenu učinkovitosti sprovedenih komunikacionih aktivnosti, koji će se fokusirati na kvalitativne pokazatelje, a ne samo na kvantitet, kako bi se utvrdio stvarni uticaj na razumijevanje javnosti i podršku politikama Ministarstva.

IV Monitoring i evaluacija

1. Vrste monitoringa

Medijski monitoring:

- broj objava, sentiment, ključne teme, pozicioniranje.

Digitalni monitoring:

- reach, engagement, CTR, watch time, SEO ranking.

Monitoring percepcije:

- ankete učenika, roditelja, nastavnika.
- fokus grupe i evaluacije kampanja.

Interni monitoring:

- analiza reagovanja u kriznim situacijama.

2. Metodologija

Kvantitativna:

- poređenje KPI sa planom
- analiza trendova
- statistička obrada podataka

Kvalitativna:

- analiza komentara građana
- narativ u medijima
- povratne informacije institucija

3. Dinamika izveštavanja

- Kvartalno: evaluacija kampanja
- Godišnje: objedinjeni izveštaj o uspjesima i preporukama

4. Revidiranje plana

Plan se prilagođava na osnovu evaluacije radi stalnog unapređenja pristupa i bolje komunikacije sa građanima.

V ZAKLJUČAK

Medijski plan Ministarstva predstavlja okvir za izgradnju modernog, transparentnog i efikasnog komunikacionog sistema koji odgovara savremenim potrebama društva. Kroz jasno definisane ciljeve, aktivnosti, protokole, KPI sistem i sveobuhvatan monitoring, Ministarstvo obezbjeđuje otvorenu, dostupnu i uključivu komunikaciju sa svim ciljnim grupama. Ovaj dokument podupire viziju Crne Gore kao društva znanja, inovacija i jednakih mogućnosti.



Ministarstvo
prosvjete, nauke
i inovacija