**POZIVNI KONKURS STUDENTIMA**

 **UNIVERZITETA CRNE GORE, UNIVERZITETA MEDITERAN I UNIVERZITETA DONJA GORICA**

**ZA UČEŠĆE U RADNIM TIMOVIMA ZA IZRADU PREDLOGA**

**VIZUELNOG IDENTITETA NACIONALNOG BRENDA CRNE GORE**

**Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma, Univerzitet Crne Gore, Univerzitet Mediteran i Univerzitet Donja Gorica** pozivaju sve studente da izraze zainteresovanost i uzmu učešće u radnim timovima za izradu predloga vizuelnog identiteta nacionalnog brenda Crne Gore. Na konkurs se mogu prijaviti svi studenti iz Crne Gore.

1. **Uslovi za prijavu na konkurs**

Pravo prijave na konkurs ima redovan student bilo kog nivoa studija sa bilo kog studijskog programa na univerzitetu sa kojeg se prijavljuje.

1. **Način prijave na konkurs**

Student, radi prijave na konkurs dostavlja sljedeće:

1. Ime i prezime, kontakt, e-mail, broj telefona, broj indeksa, naziv fakulteta koji pohađa, godinu studija, smjer (ukoliko postoji);

2. Biografiju, i

3. Portfolio, sa naglaskom na referentne radove iz oblasti na koju se konkurs odnosi, ukoliko isti posjeduje.

Podnošenje prijava za učešće na predmetnom konkursu sprovodi se elektronski, dostavljanjem prethodno navedene dokumentacije u jednom PDF fajlu, čiji naziv sadrži ime i prezime studenta koji se prijavljuje, na email adresu:

Studenti Univerziteta Crne Gore – adela.z@ucg.ac.me;

Studenti Univerziteta Mediteran – marija.jankovic.mbs@gmail.com;

Studenti Univerziteta Donja Gorica – irena.lagator.pejovic@udg.edu.me;

Napomena: *Student se može prijaviti samo za rad u radnom timu univerziteta čiji fakultet pohađa.*

1. **Izbor studenata koji će uzeti učešće u radnim timovima za izradu predloga vizuelnog identiteta nacionalnog brenda**

Izbor studenata koji će uzeti učešće u radnim timovima za izradu predloga vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, sprovode mentorski timovi, koje su formirali univerziteti.

Svaki univerzitet ima svoj mentorski tim, sastavljen od profesora sa fakultetskih jedinica univerziteta kojem pripadaju, kako slijedi.

Mentorski tim Univerziteta Crne Gore čine:

1. doc. mr Adela Zejnilović, Fakultet likovnih umjetnosti Cetinje, koordinatorka
2. Prof. mr Lazar Pejović, Fakultet likovnih umjetnosti Cetinje, član
3. Prof. dr Milorad Jovović, Ekonomski fakultet, član
4. dr Bojana Femić-Radosavović, Fakultet političkih nauka, članica
5. dr Tatjana Koprivica, naučni saradnik, Istorijski institut, članica

Mentorski tim Univerziteta Mediteran čine:

1. Prof. dr Marija Janković, Fakultet za ekonomiju i biznis, koordinatorka
2. Prof. mr Nikola Latković, Fakultet vizuelnih umjetnosti, član
3. Doc. mr Balša Gobović, Fakultet vizuelnih umjetnosti, član
4. mr Petar Ćuković, Fakultet vizuelnih umjetnosti, član
5. mr Marija Nikolić, Fakultet za turizam, članica

Mentorski tim Univerziteta Donja Gorica čine:

1. Prof. dr Irena Lagator-Pejović, Fakultet za dizajn i multimediju, koordinatorka
2. Prof. dr Nenad Vujadinović, Fakultet umjetnosti, član
3. Doc. dr Kristina Bojanović, Humanističke studije, članica
4. Prof. dr Tatjana Burzanović, Fakultet za dizajn i multimediju, članica
5. Prof. mr Aleksandar Vujović, Fakultet za dizajn i multimediju, član

Mentorski timovi će utvrditi ispunjenost kriterijuma zadatih konkursom i na bazi dostavljene dokumentacije izvršiti selekciju studenata, koji će biti članovi radnog tima.

Mentorski tim može, prije proglašenja konačnih rezultata konkursa, sprovesti intervju sa prijavljenim studentima, u cilju boljeg razumijevanja vizije koju student ima u vezi nacionalnog brenda Crne Gore.

Svaki univerzitet će, po okončanju konkursa, formirati radne timove iz reda studenata koji pohađaju studijske programe u okviru fakulteta koji pripadaju određenom univerzitetu, koji će pod vođstvom mentorskih timova izraditi predlog vizuelnog identiteta nacionalnog brenda.

Radni tim obavezno ima najmanje jednog studenta iz oblasti vizuelnih umjetnosti/grafičkog dizajna/likovnih umjetnosti/arhitekture.

Svaki univerzitet formira samo jedan radni tim sačinjen od izabranih studenata koji pohađaju studijske programe u okviru fakulteta, koji pripada određenom univerzitetu.

Broj studenata u radnom timu nije ograničen.

1. **Trajanje konkursa**

Konkurs je otvoren od 4. avgusta do 21. avgusta 2023. godine.

1. **Proglašenje rezultata konkursa**

Imena studenata koji su prošli proces selekcije i koji su odabrani za učešće u radnim timovima za izradu vizuelnog identiteta nacionalnog brenda Crne Gore biće objavljena najkasnije do 31. avgusta 2023. godine na internet stranici Univerziteta Crne Gore, Univerziteta Donja Gorica i Univerziteta Mediteran, kaoi na internet stranici Ministarstva.

1. **Kontakt podaci za dodatna pitanja**

**ljiljana.nikocevic@mek.gov.me****, Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma**

**adela.z@ucg.ac.me, Univerzitet Crne Gore**

**marija.jankovic.mbs@gmail.com, Univerzitet Mediteran**

**irena.lagator.pejovic@udg.edu.me, Univerzitet Donja Gorica**

1. **Ostale napomene**

Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma u saradnji sa Univerzitetom Crne Gore, Univerzitetom Mediteran i Univerzitetom Donja Gorica sprovodi postupak definisanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda.

Svaki univerzitet formira jedan radni tim, sastavljen od studenata izabranih putem ovog konkursa, čijim radom koordiniraju mentorski timovi, takođe formirani od strane univerziteta.

Radni timovi su dužni da izrade predloge vizuelnog identiteta nacionalnog brenda najkasnije do 31. oktobra 2023. godine.

Svaki univerzitet predlaže jedno rješenje vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, te je svaki radni tim dužan da izradi samo jedan predlog vizuelnog identiteta nacionalnog brenda.

1. **Žiri za ocjenu pobjedničkog rješenja, nagradni fond i rok za proglašenje pobjedničkog rješenja**
	1. **Žiri za ocjenu pobjedničkog rješenja**

Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma će formirati žiri koji će sprovesti postupak ocjenjivanja i odabira pobjedničkog rješenja među tri dostavljena predloga rješenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, koja će izraditi radni timovi sa svakog univerziteta (ukupno 3 predloga, po 1 sa svakog univerziteta).

Žiri će činiti predstavnici Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma, UNDP-ija i istaknuti stručnjaci iz oblasti koje su vezane za predmet konkursa (grafički dizajn, marketing/ekonomija, vizuelne umjetnosti, sociologija/psihologija i/ili humanističke nauke, teorija/istorija umjetnosti, kulturologija, komunikologija, turizmologija)

Pored prethodno navedenog, članovi žirija mogu biti i predstavnici drugih organa državne uprave koji sprovode politike vezane za podbrendove nacionalnog brenda, kao i nezavisni stručnjaci iz oblasti dizajna.

Imajući u vidu značaj uključivanja javnosti u predmetni proces, jedan od glasova u žiriju uzeće i šira javnost, putem organizovanja javnog glasanja o predlogu sva tri rješenja, koje će biti organizovano na način i pod uslovima koji će biti određeni Poslovnikom o radu žirija.

Imena članova žirija, sa Poslovnikom o radu žirija, biće naknadno objavljena na internet stranici Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma, a najkasnije do 6. oktobra 2023. godine.

**8.2. Kriterijumi na osnovu kojih će se ocjenjivati predlozi rješenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda**

Vrednovanje predloga rješenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda žiri vrši po sljedećim kriterijumima, a poštujući principe etičnosti u radu i kreativnosti predloga rješenja koje će od svakog radnog studentskog tima biti i usmeno predstavljeno žiriju i javnosti:

1. inovativnost: 20 bodova
2. originalnost: 20 bodova
3. cjelovitost rješenja (grafizam, ispis): 20 bodova
4. savremenost: 20 bodova
5. primjenjivost (reproduktivnost) znaka: 20 bodova

**8.3 Nagradni fond**

Za sva tri predloga rješenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda biće dodijeljene nagrade i to:

1. provorangiranom (pobjedničkom) rješenju dodijeliće se nagrada u iznosu od 5.000 eura;
2. drugorangiranom rješenju dodijeliće se nagrada u iznosu od 3.000 eura, i

trećerangiranom rješenju biće dodijeljena nagrada u iznosu od 2.000 eura.

**8.4 Rok za proglašenje pobjedničkog rješenja**

Pobjedničko rješenje vizuelnog identiteta nacionalnog brenda biće objavljeno najkasnije do 4. decembra 2023. godine

1. **Smjernice za izradu predloga vizuelnog rješenja nacionalnog brenda**
	1. **Osnovne odrednice nacionalnog brendiranja**

Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma je 2021. godine donijelo Strategiju razvoja nacionalnog brenda 2022-2023 koja ima za cilj stvaranje jakog nacionalnog brenda koji će unaprijediti kokurentnost i imidž države. akcionim planom za 2022. godinu predmetne strategije, u cilju realizacije operativnog cilja usmjerenog na stvaranje veće prepoznatljivosti i vidljivosti države kroz kreiranje i upotrebu jedinstvene prezentacije države zasnovane na vizuelnom identitetu nacionalnog brenda, a kao polazna osnova za definisanje vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, urađena je Analiza konkurentskih prednosti Crne Gore, na osnovu koje će se izraditi vizuelni ientitet nacionalnog brenda. Predmetnom strategijom usvojen je koncept primjene nacionalnog brenda kao krovnog brenda iz kojeg proizilaze pojedinačni sektorski brendovi, radi unificiranog i koordinisanog djelovanja države na povećanju prepoznatljivosti i vidljivosti države, odnosno unapređenja imidža Crne Gore u inostranstvu.

Nacionalno brendiranje omogućava stvaranje prepoznatljivosti države i pozitivnu diferenciranost u odnosu na ostatak svijeta, te kumulira i ekonomske rezultate koji se ogledaju u:

1. razvoja turizma, odnosno većoj atraktivnosti zemlje za turiste;

2. intenziviranju stranih direktnih investicija, dakle privlačenju investitora;

3. povećanju izvoza, kao i obima domaće proizvodnje;

4. povećanju atraktivnosti države za život i rad (privlačenje i zadržavanje talenata);

5. unapređenju diplomatskih odnosa, političke pozicije države, kao i

6. uspješnijem vođenju međunarodne politike.

* 1. Vizuelni identitet nacionalnog brenda –usmjerenje i obuhvat

Izrada predloga vizuelnog identiteta nacionalnog brenda podrazumijeva sljedeće:

1. Izradu predloga vizuelnog identiteta nacionalnog brenda (logotipa i slogana na crnogorskom i na engleskom jeziku), kao krovnog brenda iz kojeg proizilaze pojedinačni sektorski podbrendovi.
2. Izrađuje se predlog vizuelnog identiteta nacionalnog brenda (glavni/krovni vizuelni identitet) i predlozi vizuelnih identiteta pojedinačnih sektorskih pobrendova (sektorski vizuelni identiteti) na način da je logotip nacionalnog brenda identičan logotipu pojedinačnih sektorskih podbrendova, dok je slogan iako u tipografiji i boji identičan sloganu nacionalnog brenda, drugačije formulisan, u zavisnosti na koji sektor se odnosi.
3. Vizuelni identitet može da sadrži i ispis naziva države: Crna Gora/Montenegro. Ukoliko ne sadrži ispis države onda je potrebno da sadrži neku odrednicu koja može asocirati na državu porijekla (skraćenicu MNE, ME i sl.)
4. Slogan je potrebno uraditi na crnogorskom i na engleskom jeziku za nacionalni brend i za sektorske podbrendove. Predlog slogana na crnogorskom jeziku može da sadrži ćiriličku i latiničku varijantu, kao dva ravnopravna pisma u Crnoj Gori.
5. Ključne konkurentske prednosti na kojima treba da se zasniva nacionalni brend Crne Gore, koje su identifikovane Analizom konkurentskih prednosti Crne Gore su: ekološka država (krovni koncept), prirodni potencijali (ljepote) i atrakcije, kao i kulturno-istorijsko nasljeđe i ljudski potencijal (talenti i kreativnost). Predlog rješenja treba da dominantno odslikava ekološki koncept kao narativ za pozicioniranje, uz mogućnost kombinacije sa ostalim identifikovanim konkurentskim prednostima. Takođe, autori mogu dodati i neke druge elemente, koji nisu prepoznati analizom konkurentskih prednosti ukoliko je to potrebno.
6. Sektorski podbrendovi za koje je potrebno izraditi predlog vizuelnog identiteta nacionalnog brenda su:
7. Turizam
8. Investicije
9. Poslovni ambijent
10. Domaći proizvodi i usluge (izvoz)
11. Sport
12. Kultura
13. Obrazovanje
14. Kreativne industrije
15. Izrada knjige grafičkih standarda za idejno rješenje za vizuelni identitet nacionalnog brenda, sa predlogom vizuelnih identiteta pojedinačnih elemenata nacionalnog brenda, koji iz njega proizilaze, koja obavezno sadrži:
16. Etalon rješenja u A4 formatu;
17. Predlog rješenja u koloru i crno-bijeloj (štihtovanoj i šrafovanoj) verziji u pozitivu i negativu;
18. Minimalna dozvoljenu veličinu loga, varijante kompozicije i orijentacije loga, zabrane;
19. 3D prezentaciju vizuelnog identiteta nacionalnog brenda.
20. Paletu boja i njihove definicije u kolornim prostorima Pantone, CMYK i RGB, prateće grafičke konstante, tipove i boje pozadina za primjenu kompozicione varijante (vodoravnu, uspravnu, rotiranu), test uvećanja i smanjenja, simulaciju suvog žiga i zonu izolacije;
21. Predlog rješenja u digitalnom obliku vektorski (.eps ili .pdf) ili bitmap (.jpeg ili .tiff));
22. Predlog primjene vizuelnog identiteta nacionalnog brenda Crne Gore na memorandumu A4 formata, vizit karti, brošuri, olovci, ambalaži makar 1 prehrambenom i 1 neprehrambenom proizvodu, elektronskom potpisu, primjena na web sajtu i jednoj društvenoj mreži[[1]](#footnote-1), i
23. Tekstualno obrazloženje predloga vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, maksimalno na jednoj strani A4 formata (do 500 riječi) sa 5 do 8 ključnih riječi.

8. Izjava o autorstvu i izjava o prenosu prava na državu Crnu Goru (Obrazac 1 i Obrazac 2)

1. Radni tim pobjedničkog rješenja je u obavezi da dostavi predloge primjene vizuelnog identiteta na vizit karti, fascikli, koverti, brošuri, pečatu, tekstilu, etiketi, ambalažama različitih proizvoda (prehrambenih, neprehrambenih), (PAL i HDTV), oglašavanje (ATL, BTL, web), Instagram, LinkedIn, Facebook, Twitter stranica/profil, primjeri objava na društvenim mrežama sa primjenom vizuelnog identiteta, u roku od 15 dana od proglašenja pobjedničkog rješenja, kao i dodatne za kojima se, u međuvremenu, može javiti potreba. [↑](#footnote-ref-1)