

PREGLED POSTUPKA #108036

1 PODACI O NARUČIOCU

Naziv naručioca	UPRAVA ZA STATISTIKU
PIB	02011506
E-mail	contact@monstat.org
Telefon	020/230-811, 020/230-961
Internet adresa	www.monstat.org
Fax	020/230-814, 020/230-961
Adresa	IV Proleterske 2
Grad	Podgorica
Poštanski broj	81000

2 OSNOVNI PODACI

Opis predmeta javne nabavke	Praćenje medija, medijske analize i održavanje društvenih mreža
Status	U toku
Vrsta predmeta	Usluge
Vrsta postupka	Jednostavna nabavka
Službenik za javne nabavke	Snežana Obradović
Kontakt	zana.obradovic@monstat.org
Datum objave	13.02.2026. 09:15
Napomena	-

3 FAZE U POSTUPKU

Vrsta faze	Opis	Početak podnošenja	Kraj podnošenja	Datum otvaranja	Status
Zahtjev za podnošenje ponuda	Praćenje medija, medijske analize i održavanje društvenih mreža	13.02.2026 09:15	17.02.2026 09:00	17.02.2026 09:00	U toku

4 DODATNE INFORMACIJE

Predmet javne nabavke se nabavlja	kao cjelina
Posebni oblici javne nabavke	
Okvirni sporazum	Ne
Dinamički sistem nabavki	Ne
Elektronska aukcija	Ne
Elektronski katalog	Ne
Nabavka se sprovodi kao	
Zajednička nabavka	Ne
Centralizovana nabavka	Ne
Nabavka je	
Zelena	Ne
Društveno odgovorna	Ne

5 STAVKE PLANA

Godina	Opis	Vrijednost nabavke	Vrijednost PDV	Okvirni sporazum	Vrijednost OS	Vrijednost PDV OS	Vrsta postupka
2026	UPRAVA ZA STATISTIKU Praćenje medija, medijske analize i održavanje društvenih mreža 79416000 - Usluge odnosa sa javnošću	12.000,00 EUR	2.520,00 EUR	-	-	-	Jednostavna nabavka

6 USLOVI ZA UČEŠĆE U POSTUPKU I ZAHTJEVI U POGLEDU NAČINA IZVRŠAVANJA PREDMETA NABAVKE

Opis	Tip uslova / zahtjeva
Uz ponudu se dostavlja i izjava ponuđača o ispunjenosti uslova utvrđenih zahtjevom i nepostojanju sukoba interesa, elektronski potpisana od strane ovlaštenog lica ponuđača, koja je data na Obrascu 2 i koja se preuzima na posebnom aplikativnom dijelu elektronskog sistema javnih nabavki, u svemu prema Pravilniku o izmjenama pravilnika o načinu sprovođenja jednostavnih nabavki ("Službeni list CG", br. 16/2023, 20/2023, 36/2023, 114/2023, 49/2024 i 114/2024).	Obrazac 2
Rok izvršenja ugovora: period od 12 mjeseci od dana potpisivanja ugovora.	Rok izvršenja ugovora
Mjesto izvršenja ugovora: Uprava za statistiku, Ul. IV proletherske br. 2.	Mjesto izvršenja ugovora
Rok plaćanja je: Plaćanje usluge će se vršiti mjesečno, u roku do 20 dana nakon potpisivanja zapisnika o izvršenoj usluzi koji će potpisati predstavnici naručioca i izvršioca. Uredno ispostavljena faktura i zapisnik o izvršenim uslugama potpisan od strane predstavnika naručioca i ponuđača predstavlja osnov za plaćanje ugovorene cijene.	Rok plaćanja
Način plaćanja: virmanski.	Način plaćanja
Sertifikat ISO 9001 - Sistem menadžmenta kvalitetom	Dokaz odnosno sertifikat, koje izdaju akreditovana sertifikaciona tijela o ispunjavanju uslova kvaliteta predmeta nabavke
Sertifikat ISO 27001 - Sistem menadžmenta za bezbjednost informacija	Stručna i tehnička sposobnost
Rok važenja ponude: 60 dana od dana otvaranja ponuda.	Rok važenja ponude
Ponuđač imenuje kontakt osobu (account menadžera) odgovornu za koordinaciju sa Naručiocem i za kontrolu kvaliteta sadržaja prije dostavljanja na odobrenje.	Drugi uslovi

<p>Ponuđač je dužan da uslugu pruža sa pažnjom dobrog stručnjaka, u skladu sa profesionalnim standardima komunikacije, dizajna i prezentacije zvaničnih statističkih podataka. Sadržaji ne smiju biti generički, reciklirani ili prethodno korišćeni u komunikaciji drugih institucija, niti smiju stvarati utisak šablonske ili automatizovane produkcije. Generički sadržaj je sadržaj koji je: • opšti • šablonski • mogao bi se objaviti na bilo kojoj stranici bilo koje institucije • nema specifičan kontekst, podatke ili identitet Uprave za statistiku. Reciklirani sadržaj je sadržaj koji je: • već ranije korišćen (kod Uprave za statistiku ili kod druge institucije) • minimalno izmijenjen (boja, broj, logo) • preuzet sa stock platformi ili drugih kampanja bez stvarnog prilagođavanja</p>	<p>Drugi uslovi</p>
<p>U slučaju sadržaja koji može narušiti ugled institucije, dovesti do pogrešnog tumačenja statističkih podataka ili je u suprotnosti sa vrijednostima i principima zvanične statistike, Naručilac zadržava pravo odbijanja sadržaja bez obaveze dodatnog obrazlaganja.</p>	<p>Drugi uslovi</p>
<p>U slučaju ponavljanja istih ili sličnih nedostataka u pružanju usluga, koji predstavljaju odstupanje od bitnih karakteristika tehničke specifikacije i ugovorenih standarda, naručilac će izvršioca pisanim putem upozoriti i ostaviti primjeren rok za otklanjanje nedostataka. Ukoliko izvršilac ne otkloni nedostatke u ostavljenom roku ili nastavi sa pružanjem usluga sa istim ili sličnim nedostacima, to će se smatrati bitnom povredom ugovora i osnovom za jednostrani raskid ugovora.</p>	<p>Drugi uslovi</p>
<p>Smatra se da je ugovorena usluga izvršena kada odgovorna lica za realizaciju ugovora Uprave za statistiku i izvršioca posla potpišu zapisnike o izvršenim uslugama i dostavljene fakture za konkretno realizovane usluge po bitnim karakteristikama, po tehničkoj specifikaciji, u finansijskom dijelu ponude izvršioca. Nakon provjere izvršenja svih usluga, koje se realizuju u skladu sa ponudom i ugovorom, kako u pogledu vrste, količine usluga, tako i cijenama, pojedinačne i ukupne sa PDV-om obostrano se potpisuju zapisnici o izvršenju usluga, koje je obavio izvršilac posla po svim navedenim stavkama iz tehničke specifikacije.</p>	<p>Drugi uslovi</p>
<p>Privredni subjekat (Ponuđač) je dužan da posjeduje minimum stručnih i kadrovskih kapaciteta koji su potrebni za izvršenje ugovora i to: • minimum 2 stručna lica koja će biti angažovana na poslovima upravljanja, vođenja i održavanja društvenih mreža, što se dokazuje: 1) dokazom o radnom angažovanju (prijava na osiguranje zaposlenog, ugovor o radu, sporazum o preuzimanju zaposlenog, ugovor o korišćenju sposobnosti drugog subjekta ili drugi akt u skladu sa zakonom) i 2) sertifikatom za digitalni marketing.</p>	<p>Stručna i tehnička sposobnost</p>

7 KRITERIJUMI ZA IZBOR NAJPOVOLJNIJE PONUDE

Opis
Cijena

8 PREDMET NABAVKE

Procijenjena vrijednost nabavke: **12.000,00 EUR**

TEHNIČKA SPECIFIKACIJA PREDMETA NABAVKE

	Opis predmeta nabavke	Bitne karakteristike predmeta nabavke	Količina
		<p>Praćenje medija i dostavljanje izvještaja Ponudlač je dužan da obezbijedi sveobuhvatno i kontinuirano praćenje medija koje obuhvata štampane, elektronske i internet medije, uz redovno, tačno i blagovremeno informisanje Naručioca o svim medijskim objavama relevantnim za rad Uprave za statistiku.</p> <p>Praćenje štampanih medija Usluga podrazumijeva praćenje dnevnih, nedjeljnih, mjesečnih, periodičnih i specijalizovanih štampanih izdanja relevantnih za rad Uprave za statistiku.</p> <p>Identifikovani medijski sadržaji dostavljaju se Naručiocu u digitalnim formatima (PDF, JPG, TIF, GIF ili TXT), u skladu sa potrebama i zahtjevima Naručioca.</p> <p>Praćenje elektronskih medija (TV i radio) Praćenje elektronskih medija obuhvata:</p> <ul style="list-style-type: none">• centralne informativne emisije• emisije ekonomskog i društvenog sadržaja• jutarnje programe• gradske hronike• druge emisije iz dnevne programske šeme koje su relevantne za Naručioca	

1 Praćenje medija i dostavljanje izvještaja

Svi identifikovani i selektovani medijski prilozi trajno se arhiviraju i čuvaju u digitalnoj bazi klipinga.

Praćenje internet medija

Praćenje internet medija se vrši korišćenjem savremenih alata i tehnologija za:

- definisanje i filtriranje ključnih riječi
- precizno identifikovanje objava
- pravovremeno informisanje o pojavama relevantnim za Naručioca.

Dostavljanje izvještaja, alerti i pristup klipingu

Ponuđač je dužan da obezbijedi više kanala za informisanje i pristup kliping sadržajima, i to:

- Dnevne izvještaje, koji se dostavljaju sumarnom e-mail notifikacijom najkasnije do 8:30 časova, svim danima, u formatima prilagođenim potrebama Naručioca
- Neograničen broj korisnika sa pristupom bazi klipinga, kao i neograničen broj e-mail adresa za dostavljanje izvještaja, bez uticaja na cijenu usluge
- Stalan pristup kliping sadržaju putem web i/ili mobilne aplikacije, u realnom vremenu, kako se sadržaji obrađuju i arhiviraju
- Uspostavljanje i vođenje Viber community chat-a, koji služi kao sistem za brze alerte, putem kojeg Naručiocu u realnom vremenu stižu notifikacije sa linkovima ka objavljenim sadržajima koji sadrže unaprijed definisane ključne riječi
- Napredno pretraživanje kliping baze po kriterijumima kao što su: medij, rubrika, emisija, datum, vrsta priloga, ključna

12,00 mjeseci

		<p>riječ, naslov i drugi relevantni parametri</p> <ul style="list-style-type: none"> • Automatske notifikacije po unaprijed definisanim ključnim riječima, u skladu sa zahtjevima Naručioca <p>Viber community chat predstavlja dopunski kanal za brzo informisanje i ne zamjenjuje zvanične dnevne izvještaje i kliping bazu.</p>	
2	Analiza medijske eksponiranosti	<p>Analiza medijske eksponiranosti Ponuđač je dužan da priprema mjesečne izvještaje o medijskoj eksponiranosti Uprave za statistiku u štampanim, elektronskim i internet medijima, na osnovu podataka prikupljenih kroz uslugu praćenja medija.</p> <p>Izvještaji imaju za cilj da pruže pregled osnovnih trendova medijskog prisustva Uprave za statistiku i služe kao informativni alat za praćenje vidljivosti aktivnosti institucije. Mjesečni izvještaji obuhvataju, u sažetom obliku, sljedeće elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ukupan broj medijskih objava koje se odnose na Upravu za statistiku, sa osnovnom podjelom po vrsti medija • ključne teme u okviru kojih se Uprava za statistiku pojavljuje u medijima • osnovni pregled medijskih izvora • okvirnu procjenu tona objava (pozitivan, neutralan, negativan) • način pojavljivanja institucije (primarno ili sekundarno spominjanje) <p>Analiza se zasniva na zvanično prikupljenim podacima iz kliping sistema i ne podrazumijeva detaljne metodološke ili interpretativne analize, osim osnovnog kvalitativnog osvrta. Mjesečni izvještaji dostavljaju se najkasnije do 5. u mjesecu za prethodni mjesec, u elektronskoj formi.</p> <p>Ponuđač je dužan da prilikom izrade analize medijske</p>	12,00 kom.

eksponiranosti posjeduje osnovno znanje o Kodeksu prakse evropske statistike, važećem zakonodavnom okviru u oblasti zvanične statistike, kao i institucionalnom i metodološkom kontekstu rada Uprave za statistiku.

U tom smislu, ponuđač je dužan da u kvalitativnom osvrtu razlikuje činjenične i informisane medijske navode od navoda koji proizilaze iz nedovoljnog poznavanja sistema zvanične statistike, bez ulaska u polemiku ili interpretaciju koja prelazi okvire informativne analize.

Usluga društvenih mreža obuhvata:

- izradu i prezentaciju mjesečnog i godišnjeg plana nastupa na društvenim mrežama
- izrada uniformisanih vizualnih templejta i rješenja uz odobrenje i dogovor sa naručiocem
- kreiranje sadržaja uz grafička rješenja prilagođena uslugama uz posebnu pažnju na kontinuiranost i uniformisanost vizualnog identiteta, u dogovoru sa Naručiocem
- pripremu i objavljivanje najmanje 12 objava mjesečno (broj i dinamika se preciziraju u dogovoru sa Naručiocem i u roku koji Naručilac definiše)
 - pripremu tekstova/opisa za sve društvene mreže
 - sponzorisanje (boostovanje) objava na društvenim mrežama, do 6 objava tokom trajanja ugovora, u cijenu je uključeno sponzorisanje objava, do 30 eura po objavi
 - prevođenje sadržaja na 1 strani jezik po izboru naručioca
 - kreiranje kratkog video materijala na zahtjev naručioca, do 30 video objava
- kontinuirani monitoring i mjesečno izvještavanje o ključnim parametrima učinka društvenih mreža u skladu sa zahtjevom Naručioca

Izrada posebnih tematskih komunikacionih kampanja
U okviru usluge održavanja društvenih mreža, isporučilac realizuje sljedeće tematske kampanje, koje predstavljaju minimalni obim aktivnosti tokom trajanja ugovora.

1. Kampanja: Promocija valiteta u zvaničnoj statistici

Kampanja je informativno - edukativnog tipa i usmjerena na podizanje svijesti javnosti o principima Kodeksa prakse evropske statistiku i procesu procjene usklađenosti Uprave za statistiku sa navedenim principima, u dogovoru i smjernicama dobijenih od strane naručioca. Cilj kampanje je unapređenje informisanosti opšte javnosti o značaju Kodeksa prakse evropske statistike i jačanje povjerenja u zvaničnu statistiku.

Kampanja obuhvata:

- izradu komunikacionog koncepta kampanje, u saradnji sa Naručiocem
- prilagođavanje poruka široj javnosti, uz fokus na transparentnost, profesionalnost i nezavisnost zvanične statistike
- izradu kratkih video sadržaja (short-form video), prilagođenih društvenim mrežama - trajanje videa: od 60 do 120 sekundi, - format: vertikalni i/ili kvadratni (u skladu sa platformama: Instagram, X i LinkedIn u dogovoru sa naručiocem)
- snimanje video sadržaja u jednostavnom, informativnom i neposrednom formatu, u skladu sa savremenim trendovima komunikacije na društvenim mrežama, uz korišćenje dostupne tehničke opreme. Video sadržaji mogu se snimati mobilnim uređajima ili drugom tehničkom opremom, pod

uslovom da finalni materijal bude u visokoj rezoluciji (minimalno Full HD) i da audio zapis bude sniman korišćenjem odgovarajuće eksterne ili druge profesionalne audio-opreme, tako da govor bude jasan, čist i razumljiv, bez tehničkih smetnji.

- tematsku obradu ključnih principa Kodeksa prakse evropske statistike, uključujući proces samoprocjene i eksterne procjene usklađenosti
- osnovnu postprodukciju (montaža, titlovanje, grafički elementi u skladu sa vizuelnim identitetom naručioca)
- objavljivanje video sadržaja na društvenim mrežama prema unaprijed definisanom planu
- praćenje učinka kampanje i uključivanje rezultata u mjesečne izvještaje

2. Kampanja: Međunarodni praznici / međunarodni važni datumi

U okviru usluge održavanja društvenih mreža, ponuđač realizuje tematsku komunikacionu kampanju povodom međunarodnih praznika i međunarodno važnih datuma koji su definisani od strane relevantnih međunarodnih organizacija i tijela, uključujući, ali ne ograničavajući se na Ujedinjene nacije (UN) i njihove specijalizovane agencije. Kampanja ima za cilj promociju rezultata zvanične statistike kroz predstavljanje relevantnih statističkih podataka Uprave za statistiku koji se tematski povezuju sa datumom koji se obilježava, u cilju povećanja informisanosti javnosti i jačanja vidljivosti zvaničnih statističkih podataka.

U okviru kampanjponuđač je dužan da:

- identifikuje relevantne međunarodne praznike i važne datume u skladu sa godišnjim planom komunikacije i u dogovoru sa naručiocem
- predloži izbor statističkih podataka koji su dostupni u objavljenim saopštenjima, bazama podataka i publikacijama Uprave za statistiku, a koji su tematski povezani sa obilježavanim datumom
- realizuje grafička i vizuelna rješenja koja se objavljuju kao carousel objave i koja na jasan, tačan i razumljiv način predstavljaju odabrane statističke podatke, uz poštovanje principa tačnosti, transparentnosti i zvaničnog karaktera statističkih informacija, kao i profesionalne nezavisnosti
- obezbijedi da svi korišćeni podaci budu prethodno odobreni od strane Naručioca, pri čemu konačni izbor i način prezentacije podataka podliježe saglasnosti Naručioca

Vizuelni materijali, tj. carousel objave moraju biti izrađeni u skladu sa unaprijed definisanim i uniformnim vizuelnim identitetom kampanje, koji isporučilac razvija u saradnji sa Naručiocem, a koji se dosljedno primjenjuje na sve objave u okviru ove tematske komunikacije.

Prilikom odabira i prezentacije statističkih podataka, posebna pažnja posvećuje se rodnoj dimenziji, kao i povezivanju podataka sa relevantnim Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija (SDGs), gdje je to primjenjivo.

Svi vizuelni sadržaji prilagođavaju se formatima i tehničkim zahtjevima društvenih mreža na kojima se objavljuju, uz obezbjeđenje jasnoće prikaza, čitljivosti podataka i vizuelne prepoznatljivosti Uprave za statistiku.

3. Dani crnogorskih opština

U okviru usluge održavanja društvenih mreža, isporučilac realizuje tematsku komunikacionu kampanju „Dani opština“, sa ciljem promocije statističkih podataka koji se odnose na sve pojedinačne opštine u Crnoj Gori, kroz predstavljanje relevantnih pokazatelja zvanične statistike povodom obilježavanja Dana opština.

Kampanja ima za cilj povećanje informisanosti javnosti o demografskim, ekonomskim i društvenim karakteristikama opština, kao i jačanje dostupnosti i razumijevanja zvaničnih statističkih podataka na lokalnom nivou.

U okviru kampanje, isporučilac je dužan da:

- identifikuje datume obilježavanja Dana opština u skladu sa godišnjim planom komunikacije i u dogovoru sa Naručiocem
- predloži izbor ključnih statističkih podataka koji se odnose na konkretnu opštinu, a koji su dostupni u objavljenim saopštenjima, bazama podataka i publikacijama Uprave za statistiku
- predstavi odabrane podatke kroz carousel objave na društvenim mrežama, na jasan, pregledan i vizuelno ujednačen način, prilagođen komunikaciji na digitalnim platformama
- obezbijedi da svi korišćeni podaci budu tačni, aktuelni i prethodno odobreni od strane naručioca, pri čemu konačni izbor i način prezentacije podataka podliježe saglasnosti naručioca

Carousel objave (više stranica u jednoj objavi) treba da obuhvate ključne pokazatelje o opštini, uključujući, ali ne ograničavajući se na podatke o stanovništvu, obrazovanju,

3

Održavanje društvenih mreža i vođenje kampanja

zaposlenosti, ekonomskim aktivnostima, infrastrukturi i drugim relevantnim oblastima, u skladu sa dostupnošću zvaničnih statističkih podataka Uprave za statistiku.

Prilikom odabira i prezentacije podataka, gdje je to primjenjivo, posebna pažnja posvećuje se rodnoj dimenziji, kao i povezivanju statističkih pokazatelja sa relevantnim Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija (SDGs).

Vizuelni materijali, tj. carousel objave moraju biti izrađeni u okviru unaprijed definisanog i uniformnog vizuelnog identiteta kampanje „Dani opština“, koji iponuđač razvija u saradnji sa Naručiocem, uz dosljednu primjenu grafičkih rješenja, tipografije i kolorita na svim objavama. Svi sadržaji se prilagođavaju tehničkim i formatnim zahtjevima društvenih mreža, uz obezbjeđenje jasnoće prikaza, čitljivosti podataka i prepoznatljivosti Uprave za statistiku.

4. Dodatni sadržaji za društvene mreže

U okviru usluge održavanja društvenih mreža,ponuđač izrađuje i objavljuje dodatne komunikacione sadržaje (video i/ili vizualne) na zvaničnim društvenim mrežama naručioca, u skladu sa potrebama i prioritetima koje definiše naručilac.

Ovi sadržaji obuhvataju:

- najavu i promociju događaja, uključujući konferencije, radionice, prezentacije, sastanke i druge aktivnosti od značaja za rad Naručioca, pri čemu se sadržaj, dinamika objava i vizuelna rješenja definišu u dogovoru i uz odobrenje Naručioca

12,00 mjeseci

- najavu i promociju publikacija, uključujući statističke publikacije, biltene i druga izdanja Uprave za statistiku, kroz pripremu vizuelnih i tekstualnih sadržaja prilagođenih društvenim mrežama
- promociju rezultata iz odabranih statističkih saopštenja, kroz izdvajanje ključnih podataka i poruka, uz njihovu vizuelnu prezentaciju na jasan, razumljiv i informativan način, u skladu sa smjernicama i odobrenjem Naručioca

Svi sadržaji moraju biti izrađeni u skladu sa vizuelnim identitetom Uprave za statistiku, prilagođeni tehničkim i formatnim zahtjevima pojedinačnih društvenih mreža, te zasnovani isključivo na zvaničnim, objavljenim i odobrenim statističkim podacima poštujući principe profesionalne nezavisnosti.

Tehnički i kvalitativni zahtjevi za izradu i objavljivanje sadržaja

Ponuđač je dužan da obezbijedi visok nivo profesionalnog, jezičkog i vizuelnog kvaliteta svih sadržaja koji se izrađuju i objavljuju na društvenim mrežama Naručioca.

1. Jezička ispravnost i stil

Svi tekstualni sadržaji (objave, opisi, naslovi, grafički tekstovi i drugi prateći materijali) moraju biti:

- gramatički i pravopisno ispravni u skladu sa pravopisom crnogorskog jezika
- stilski jasni, razumljivi i primjereni zvaničnoj institucionalnoj komunikaciji

- usklađeni sa terminologijom zvanične statistike

Tekstovi koji sadrže jezičke greške, neprecizne formulacije ili neadekvatnu terminologiju neće se smatrati prihvatljivim i podliježu korekciji o trošku isporučioaca.

2. Vizuelni sadržaji i upotreba vještačke inteligencije (AI)

Vizuelni materijali (grafike, ilustracije, fotografije, video elementi) moraju biti:

- sadržajno i vizuelno u skladu sa temom koju predstavljaju • kulturno, demografski i društveno primjereni kontekstu Crne Gore i Evropske Unije
- u skladu sa zvaničnim simbolima države (zastava, grb), bez izmjena, deformacija ili neadekvatne upotrebe
- u skladu sa zvaničnim simbolima Evropske Unije i ostalih internacionalnih entiteta (zastava, grb, simboli, oznake), bez izmjena, deformacija ili neadekvatne upotrebe

U slučaju korišćenja alata zasnovanih na vještačkoj inteligenciji (AI), isporučilac je dužan da:

- obezbijedi da vizuelni sadržaji budu realistični, tehnički ispravni i bez očiglednih grešaka (npr. nepravilna anatomija, nelogični elementi, deformacije)
- izbjegava generisanje prikaza koji ne odgovaraju demografskoj i društvenoj strukturi Crne Gore, naročito u sadržajima koji se odnose na stanovništvo, domaćinstva, obrazovanje, radnu snagu i slične teme
- ne koristi AI vizuale koji narušavaju ugled institucije ili dovode do pogrešnog tumačenja statističkih poruka

Naručilac zadržava pravo da odbije vizuelni materijal koji ne ispunjava navedene kriterijume.

3. Tačnost i statistička pismenost

Svi grafički prikazi, infografike i vizuelizacije podataka moraju biti:

- zasnovani isključivo na zvaničnim, objavljenim i od strane naručioca odobrenim statističkim podacima
- metodološki tačni i u skladu sa osnovnim principima statističke prezentacije podataka
- jasno označeni (naziv pokazatelja, jedinice mjere, vremenski period, izvor podataka gdje je primjenjivo). Ponuđač je dužan da obezbijedi da osobe uključene u realizaciju ugovora (dizajner, social media menadžer, account menadžer) posjeduju osnovni nivo statističke pismenosti i razumijevanja zvanične statistike, kako bi se spriječile greške u interpretaciji i prikazu podataka. Statistički netačni ili metodološki pogrešni prikazi smatraju se ozbiljnim propustom i podliježu obaveznoj korekciji.

4. Korišćenje logotipa Uprave za statistiku

Prilikom izrade svih vizuelnih materijala koji se objavljuju na društvenim mrežama naručioca, isporučilac je dužan da koristi zvanični logotip Uprave za statistiku na pravilan i dosljedan način. Logotip mora biti jasno vidljiv, čitljiv i proporcionalno prikazan, bez deformisanja, razvlačenja, rotiranja, mijenjanja boja, dodavanja grafičkih efekata ili drugih izmjena koje mogu narušiti njegov izgled i prepoznatljivost. Logotip se ne smije postavljati na način koji

umanjuje njegovu vidljivost ili dovodi do vizuelnog konflikta sa drugim elementima dizajna. Konačna pozicija, veličina i način primjene logotipa podliježu odobrenju Naručioca.

5. Korišćenje vizuelnog identiteta Eurostata

U slučaju izrade ili prilagođavanja komunikacionih i vizuelnih materijala koji se odnose na Eurostat ili sadrže podatke, grafike i sadržaje preuzete ili prilagođene iz Eurostat publikacija i izvora, isporučilac je dužan da poštuje važeća pravila vizuelnog identiteta i korišćenja logotipa Eurostata. Logotip Eurostata i/ili vizuelni elementi povezani sa Eurostatom moraju biti korišćeni u skladu sa zvaničnim smjernicama, bez izmjena, deformisanja, razvlacenja, promjene proporcija, boja ili dodavanja neovlašćenih grafičkih efekata. Logotip mora biti jasno vidljiv, čitljiv i postavljen na način koji ne narušava njegovu prepoznatljivost niti dovodi u zabludu u pogledu izvora ili vlasništva nad podacima. Prilikom prilagođavanja sadržaja za društvene mreže, ponuđač je dužan da obezbijedi da se jasno naznači izvor podataka, uz poštovanje pravila atribucije i integriteta podataka, kao i da se sadržaj ne tumači ili predstavlja na način koji je u suprotnosti sa zvaničnim publikacijama i porukama Eurostata. Svi materijali koji uključuju korišćenje logotipa ili vizuelnog identiteta Eurostata podliježu prethodnom odobrenju naručioca.

Zvaničan vodič za vizualnu implementaciju materijala

Eurostat-a dostupan je na linku:

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/user-guides/style-guides>

6. Rokovi i procedura dostavljanja sadržaja

Ponuđač je dužan da poštuje unaprijed definisane rokove za dostavljanje sadržaja na odobrenje Naručioca, i to:

- najmanje tri (3) radna dana unaprijed u slučaju međunarodnih praznika, važnih međunarodnih datuma i Dana opština
- u rokovima definisanim u dogovoru sa Naručiocem za ostale vrste sadržaja
- Sadržaji se dostavljaju na pregled i odobrenje prije objavljivanja. Objavljivanje bez prethodne saglasnosti Naručioca nije dozvoljeno.

7. Odgovornost i korekcije

U slučaju da dostavljeni sadržaji ne ispunjavaju tehničke, kvalitativne ili sadržajne zahtjeve definisane ovim dokumentom, ponuđač je dužan da izvrši korekcije ili ponovnu izradu sadržaja u roku koji odredi Naručilac, bez dodatnih troškova.

Ponuđač je dužan da pripremi godišnj izvještaj o medijskoj eksponiranosti Uprave za statistiku u štampanim, elektronskim i internet medijima, na osnovu podataka prikupljenih kroz uslugu praćenja medija, za period od 12 mjeseci.

Izvještaji imaju za cilj da pruže pregled osnovnih trendova medijskog prisustva Uprave za statistiku i služe kao informativni alat za praćenje vidljivosti aktivnosti institucije. Godišnji izvještaji obuhvata, u sažetom obliku, sljedeće elemente:

- ukupan broj medijskih objava koje se odnose na Upravu za statistiku, sa osnovnom podjelom po vrsti medija

4	Analiza medijske eksponiranosti - godišnji izvještaj	<ul style="list-style-type: none">• ključne teme u okviru kojih se Uprava za statistiku pojavljuje u medijima• osnovni pregled medijskih izvora• okvirnu procjenu tona objava (pozitivan, neutralan, negativan)• način pojavljivanja institucije (primarno ili sekundarno spominjanje) <p>Analiza se zasniva na zvanično prikupljenim podacima iz kliping sistema i ne podrazumijeva detaljne metodološke ili interpretativne analize, osim osnovnog kvalitativnog osvrta. Godišnj izvještaji dostavljaju se najkasnije 3 dana, prije isteka ugovora, u elektronskoj formi.</p> <p>Ponuđač je dužan da prilikom izrade analize medijske eksponiranosti posjeduje osnovno znanje o Kodeksu prakse evropske statistike, važećem zakonodavnom okviru u oblasti zvanične statistike, kao i institucionalnom i metodološkom kontekstu rada Uprave za statistiku.</p> <p>U tom smislu, ponuđač je dužan da u kvalitativnom osvrtu razlikuje činjenične i informisane medijske navode od navoda koji proizilaze iz nedovoljnog poznavanja sistema zvanične statistike, bez ulaska u polemiku ili interpretaciju koja prelazi okvire informativne analize.</p>	1,00 kom
---	--	---	----------