

**ОДГОВОРИ НА ДО САДА ПОСТАВЉЕНА ПИТАЊА
У ВЕЗИ СА КОНКУРСОМ ЗА БРЕНДИРАЊЕ
ЦЕНТРА ЗА ПРОМОЦИЈУ НАУКЕ**

1.

- a) Preduzece planira da se prijavi na vas konkurs, molim vas da me obavestite sta je sve potrebno od dokumentacije da bi ucestvovali na konkursu.**

Потребно је само регистровати се и послати пријаву на конкурс. Све потребне информације о томе, као и формулар, можете наћи на сајту www.cpn.rs ". У овој фази није потребно подносити додатну документацију.

2.

- a) Interesuje me sta konkretno treba da se uradi u prvoj tacki konkursa?**

Све информације о тој тачки конкурса можете наћи у материјалу "Конкурсна документација" под ставком "Карактеристике Бренда", на веб адреси www.cpn.rs.

- b) Nije mi najjasnije sta su brend tocak i brend kredo. Da li mi mozete dati primer onoga sto treba da se uradi iz te prve tacke?**

У "Конкурсној документацији" је описано шта подразумевамо под појмом "бренд точак" и "бренд кредо". У том материјалу дат је и пример, са графичким и текстуалним делом. Материјал можете преузети на www.cpn.rs.

- c) Isto tako, sta bi trebalo da uradim pod tackom 5? Da li je potrebno napraviti muziku, kao recimo spica pre dnevnika, ili nesto drugo? (da li tu imate neki primer)?**

Музика и видео су такође опције за представљање бренда. Уколико имате такав предлог можете га унети у PDF формат који даје могућност уношења звука. Детаљније се можете информисати на следећој адреси: http://www.adobe.com/education/resources/hed/instructional/connect/collaborative_teaching/pdfs/insert_rich_media_PDF.pdf

Конкретне примере елемената тачке 5. можете видети у делу "EXAMPLE" у "Конкурсној документацији".

- d) Da li mi mozete reci, da li uz simbol centra treba da stoji i popularno ime i puno ime "Centar za promociju nauke" ?(koliko sam shvatio, simbol treba da se uklapa sa oba ispisa?)**

У конкурсној документацији се тражи 5 графичких елемената који садрже популарно име и знак Центра. Од тих 5 верзија учесник треба сам да одлучи да ли ће у неку од њих убацити и званични назив Центар за промоцију науке.

e) Probao sam da se registrujem na vasem sajtu, ali nisam uspeo, ispisalo je da postoji neka greska.

Уколико и даље имате проблем са регистрацијом,
молимо да нас позовете на број телефона +381(11)2400 260

3. Procitao sam raspis konkursa za brendiranje CPNa, i imam pitanje u vezi jednog dela:

Предлози знака (логоа) треба да буду детаљно представљени, док остали обавезни елементи конкурса могу бити у описној форми. Степен техничке реализације неће утицати на одлуку жирија уколико је аутор успео да на други начин успешно прикаже решење.

a) Sta to tacno znaci? posto u prethodnim pasusima pise detaljno da treba po pet primera Vizuelnog Identiteta i Elektronskog Identiteta.

Da li to dakle znaci da treba samo prikazati ideje za V.I i E.I. u nekim "skicama" ili ih bas treba skroz uraditi, npr. animacija, zvuk, web i ostalo.

Обавезан степен реализације визуелног и електронског идентитета дат је у распису конкурса под ставком “Услови конкурса”. О степену додатне техничке дораде конкурсног предлога одлучује сам учесник конкурса. У том смислу, лого треба да буде представљен детаљно, као финално решење, док други елементи могу да буду у “скицама”, као што кажете. Није неопходно да их “скроз” урадите, јер степен разрађености неће утицати на одлуку жирија. Битно је да се може сагледати како видите даљу имплементацију логоа односно да покажете његов капацитет за анимацију, веб и друге видове примене. Звук је наведен као пример, да би учесници имали на располагању и тај модалитет. Детаљна разрада прихваћеног (награђеног) решења очекује се тек у наредној фази процедуре, приликом израде књиге стандарда комуникације.

b) Takodje mi nije bas najjasnije jer se trazi PDF, a u njega nije moguće ubaciti animacije i zvuk, koliko sam ja upucen.

Погледајте одговор на питање бр. 2 ц)

c) Molim vas mi objasnite malo dublje koji je očekivan stepen realizacije svakog od 5 delova konkursa.

Детаљније информације о свих 5 елемената решења можете наћи у “Конкурсној документацији”, као и примере решења.

4.

- a) Zanima me, da li je konkurs za dizajn brenda Centra za promociju nauke ograničen samo na građane Srbije?**

Конкурс за дизајн брэнда је међународног карактера, с тога није ограничен само на грађане Србије.

5.

- a) Molimo vas da nam javite da li pravo učešća na konkursu : KONKURS ZA DIZAJN BRENDA (STVARANJE ZNAKA I DRUGIH ELEMENATA KOMUNIKACIJE) CENTRA ZA PROMOCIJU NAUKE - Centar za promociju nauke, Beograd imaju samo pojedinci ili i firme?**

Право учешћа на конкурс за дизајн брэнда Центра за промоцију науке, имају, и физичка и правна лица, и домаћа и страна.

6.

- a) Koliko sam razumeo cela prezentacija i predlog treba da bude na engleskom jeziku, ali nigde nije naznaceno da li naziv "popularno ime" centra treba da bude na engleskom ili na srpskom. Moje misljenje je: Ako ime treba da bude internacionalno prerpозnatljivo, onda popularni naziv mora biti na engleskom jeziku, sa ili bez ekvivalenta na srpskom? Molim Vas da ovo razjasnite.**

Популарно име треба да буде предложено на латиници и ћирилици, а може бити на српском језику, може бити акроним, слово, може бити интернационално, као у примерима датим у “Конкурсној документацији” (ЕУРЕКА, на пример). Препуштено је учесницима конкурса да предложи популарно име за које сматрају да ће бити адекватно, прихваћено и препознатљиво, и у земљи и у иностранству. Предлог (презентација) треба да буде на енглеском језику јер су и конкурс и жири међународни. У том смислу, могуће је да “популарно име” буде на српском, али очекујемо да буде препознатљиво и адекватно за најширу јавност у Србији, али и за будуће међународне посетиоце Центра.

- b) Za zvanični naziv je jasno posto je naznaceno da treba da bude na cirilici i latinici - sto znaci na srpskom jeziku. Ili i ovde postoji izuzetak, te zvanični naziv treba napraviti na srpskom (cirilica i**

latinica) i engleskom jeziku?

Очекује се само да назив представите на два писма – ћирилици и латиници. Молим вас видите и одговор на претходно питање.

- c) **Na primerima logotipa koje ste dali, (nemo, exploratorium...) uz znak stoji "popularni", a uz neke i zvanični naziv.**

Pod tackom 4 u konkursu, stoji da se vizuelni identitet, bazira na popularnom nazivu i znaku? Ako je ovo tačno onda, prethodni zahtev konkursa (o cirilicnom i latinicnom nazivu) nema smisla. Internacionalno prepoznatljivo ime mora biti na engleskom jeziku, a ako je zvanični naziv na srpskom, onda se pravi mesavina što nije dobro. To onda poteze novi zahtev da se znak, popularni i zvanični naziv koriste svi zajedno, ili na srpskom ili na engleskom jeziku.

Molim Vas da i ovo razjasnite.

Очекује се само да назив буде приказан и на ћирилици и на латиници (на пример: EUREKA / ЕУРЕКА). То може бити реч, знак слово српског или другог језика.

7.

- a) **Postovani, posto na vasem sajtu u prijavi radova pise “Поднетим се сматра пројекат који сте последњи упунодали, а пре истека рока за предају радова” znaci li to da se moze ucestvovati samo sa jednim resenjem posto nisam to pronasao u konkursnoj dokumentaciji?**

Учесник може да учествује на конкурс за дизајн бренда Центра за промоцију науке са више од једног решења. Довољно је да сваки од пријављених пројеката носи различити назив. Уколико учесник жели да измени већ послати пројекат, потребно је да га истоименоује са претходним радом и поново пошаље. Уколико имате било коју дилему или проблем овим поводом молимо вас да нас позовете на број телефона: +381(11)2400260

8.

- a) **Ja utipkam korisnicko ime a masina mi vrati formular? Sta da radim?**

Молимо Вас, контактирајте нас на број телефона: +381(11)2400260

9.

- a) **Zanima me da li na konkursu mogu da ucestvuju samo pojedinci ili je moguće ucestvovati i kao tim?**

У конкурс је могуће учествовати као тим. Можете да упишете и само представника тима/фирме

10.

a) Da li credo treba da bude na engleskom jeziku?

Треба да буде на енглеском пошто је жири међународни, али може бити и на српском са енглеским преводом.

Ili je bitno da bude preveden na engleski jezik samo u ovoj sekciji:

5.1 Brand Characteristics

Mandatory Competition Delivery for category

BRAND CHARACTERISTICS:

- Brand Philosophy explanation, by means of:
- Brand Wheel (or any other mean of depicting brand values etc).
- Brand Strategy, based on CPS' three target audiences.
- Culminating in:
- BRAND CREDO, in form of creative copy execution, in English.

A brand credo is a statement that clarifies the philosophy of the brand and sets the tone for creative communications.

A brand credo is NOT a communication proposition, i.e. a "campaign slogan" targeting the consumer, that can be changed with each campaign or action.

The brand credo should explain to all CPS stakeholders alike, especially to the internal audience of CPS' own employees, partners and supporters, what it is all about, what is its big and unique message.

It should ideally work well with the new popular naming, creating, together with the perfectly executed logo design, the holly trinity of CPS' new branding, that than only awaits to be applied across all media.

Example:

**NEW ART NEW IDEAS,
by the NEW MUSEUM NEW YORK**

У овом делу бренд кредо треба да буде преведен на енглески језик.

11.

a) Nije nam najjasnija peta stavka iliti elektronski identitet, jer na kraju stoji da treba da bude na jednoj a4 strani, a u petoj stavki se pominju neki zvučni efekti i pokretne slike.

Погледати одговор на питање 2. ц)

b) Takođe opisne stavke pored samoog dizajna logotipa idu na istoj a4 strani, ali ne piše na kom jeziku treba da budu napisane?

Сви описи треба да буду на енглеском језику, будући да је жири међународни.

12.

- a) **Da li postoji dodatna konkursna dokumentacija koja se spominje u konkursnom oglasu pored već postojećeg tzv Competition brief u PDFu?**

Не, конкурсна документација или "Competition brief" садржи све неопходне информације за израду свих 5 елемената решења.

- b) **Da li možete da pojasnite na šta se tačno misli kada se kažete "trodimenzionalna identifikacija prostora"?**

Имали смо у виду тродимензионални приказ објекта Центра за промоцију науке или његових делова (планетаријум, врт, аудиторијум, изложбени простор, лабораторије итд.) или асоцијације на њих.

13.

Imam nekoliko tehničkih pitanja vezana za konkurs. Da ne bi bilo nesporazuma oko značenja termina, molim da mi pojsnite šta podrazumevaju sledeće tačke zadatka:

- a) **osnovni simbol (da li se misli na logo, deo logo-a, nešto posebno u odnosu na logo ili je naše pravo da bismo logo ili simbol?)**

То може бити део зграде, маскота или сам лого- остављено је аутору да да свој предлог.

- b) **smernice za informisanje o zgradi i unutar zgrade (jasno je na šta se misli na smernice unutar same zgrade, ali na šta se misli "o zgradi" da li neposredno u okolini zgrade ili info table u gradu ili strelice, odnosno znaci koji upućuju na zgradu?)**

То могу бити саобраћајни знаци, путокази, ознаке на коловозу и тротоару као и инфо табле, стрелице и сл. На аутору је да да свој предлог.

- c) **elementi prostorne identifikacije, interne komunikacije i komunikacije sa saradnicima i partnerima (molim da pojasnite razliku između smernica za informisanje i elemenata prostorne identifikacije i da date neki primer;**

Смернице за информисање могу бити знаци , путокази, обавештења, огласне табле и сл., док под елементима просторне идентификације подразумевамо делове Центра: планетаријум, аудиторијум, лабораторије итд.

- d) **šta znači interna komunikacija i komunikacija sa saradnicima, molim Vas za primer.)**

Интерна комуникација подразумева комуникацију међу запосленима и ангажованим лицима (волонтери, гости), док комуникација са сарадницима подразумева комуникацију са научним институцијама, ауторима изложби, спонзорима, другим центрима и сл.

e) Da li rad treba da bude pisan ćirilčno ili latinično?

Рад треба бити написан на енглеском језику, док лого треба да буде представљен у ћириличном и латиничном писму.

f) Da li mogu da se predlože dodatni elementi brend identiteta (više nego što je konkursom predviđeno)?

Да, можете да предложите додатне елементе бренд идентитета.

g) Da li postoji neka forma za slanje rada (npr. ako se šalje PDF ili word dokument da li postoje ograničenja vezana za margine, font, naslovnu stranu, sadržaj i dr.)?

Документ треба да се преда у Pdf формату, на енглеском језику. Осталих ограничења, у техничком смислу, нема.

14.

a) Kako bih svoju ideju o brendingu Vaše ustanove izveo do kraja, potreban mi je 3d prikaz pobjedničkog rešenja (max, auto cad 3d) - naravno ukoliko je to moguće?!

- Комплетан архитектонски пројекат Центра за промоцију науке (што је уједно сав материјал који Вам можемо доставити везано за објекат), можете преузети кликом на дугме АРХИТЕКТОНСКИ ПРОЈЕКАТ ЦЕНТРА на врху веб странице www.cpn.rs

b) Ako pak ovakav fajl nije moguće dobiti, onda bi mi koristile fotografije/renderi objekta u prikazu sa sve 4 strane sveta + iz ptičije perspektive?

- Погледати претходни одговор.

15.

a) Да ли максимална величина предлога треба да износи само 5МБ?

- Да, максимална величина сваког предлога треба да износи до 5МБ.

b) Да ли је једини начин да се предлози доставе, слањем на сајт

или је могуће послати линк са нашег личног сервера?

- Једини начин да прикажете Ваше предлоге, јесте да их директно пошаљете на веб адресу www.cpn.rs
- c) На који начин би требало да се предложи видео фајлови? Да ли треба да буду део ПДФ формата?**
 - Целокупан предлог треба да буде у ПДФ формату, укључујући и видео фајлове.
- d) Да ли ће се материјал, као што је видео итд. приказати жирију у штампаној или електронској форми?**
 - Предлози ће бити приказани жирију у електронској форми.

16.

- a) Da li je dozvoljeno da se u jednom radu predlože dva ili više "popularna" naziva Centra za promociju nauke, tj. da li je dozvoljeno uz jedno grafičko rešenje dati više varijanti "popularnog" naziva?**
 - Да, дозвољено је предложити више 'популарних' назива Центра за промоцију науке за једно графичко решење.

17.

- a) Da li uz znak Centra (tacka 3) treba da stoji samo popularni nazivi (npr: TEHNORAMA) ili popularni i oficijalni naziv zajedno (npr: TEHNORAMA - Centra za promociju nauke Republike Srbije)?**
 - Молим Вас, видите одговор на питање бр. 2. д)
- b) Sta podrazumevate pod metrickom skalom? Da li je to razmernik? I u kom kontekstu se ta skala koristi i u koju svrhu? Zamolicu Vas da mi navedite konkretne tacke od trazених 5 u kojim treba da se koristi metricka skala.**
 - Метричка скала се користи где приказујете неку димензију. На пример, величина табле са натписом Центра, на улазу у Центар. Димензије треба да буду приказане у мерној јединици – метар, што је суштина одредбе, а не, на пример, у инчима.

18.

a) Molim vas da mi razjasnite jednu nejasnocu iz *Competition Briefa*. Strana 13 *Competition requirements*, sledeca recenica: "The use of metric scale is mandatory." Sta konkretno znaci "use of metric scale"?

- Молим Вас видите одговор на питање бр. 17.б)

b) Da li to znaci da bi pored svakog primera trebalo da navedem i odnos izmedju prikazanog i realnog?

– Не, није потребно навести однос између приказаног и реалног.

19.

a) Da li se u traženom 4-tom elementu konkursa pod grafičkim elementima podrazumevaju memorandumi, vizit- karte, pečati i slično a pod trodimenzionalnim maskote, majice, privesci i slično?

– Аутор треба да одреди на који начин ће представити елементе визуелног идентитета и да да предлоге њихове апликације. Примере које наводите представљају једно од могућих решења. Пожељно је, такође, да предложите решење о простору будуће зграде Центра, дакле знаке који информишу посетиоце око и унутар зграде о функцијама и програмима.