

KONKURS

REGJISTRIMI I POPULLSISË, EKONOMIVE FAMILJARE DHE BANESAVE 2023: DIZAJNIMI I LOGOS DHE BRENDIT KONKURS PËR DIZAJNIMIN E LOGOS DHE BRENDIT “REKOS 2023”

1. HISTORIKU:

Regjistrimi i Popullsisë, Ekonomive Familjare dhe Banesave (tutje Regjistrimi i Popullsisë) është instrumenti më unik, i cili e ka fuqinë të gjenerojë një profil të gjerë të dhënash statistikore, gjithëpërfshirëse, në aspektin demografik, social dhe ekonomik në vend. Si i tillë, është projekti më i madh kombëtar i një vendi në kohë paqeje. Sipas standardeve dhe praktikave ndërkombëtare, shtetet duhet ta realizojnë Regjistrimin e Popullsisë së paku një herë në 10 vjet. Rekomandohet në fund të çdo dekade.

Agjencia e Statistikave të Kosovës ka zhvilluar platformën e komunikimit për ta rritur ndërgjegjësimin dhe për ta nxitur pjesëmarrjen, duke synuar ta numërojë çdo person një herë, në kohën dhe në vendin e duhur. Regjistrimi i Popullsisë në Kosovë do të zgjasë në një periudhë kohore prej një (1) muajsh, ku do të përdoret metoda tradicionale derë-më-derë. Gjatë kësaj periudhe, njëmuajshe, regjistruerit do t'i vizitojnë qytetarët e Kosovës në shtëpitë e tyre për t'i kryer intervistat me ta. Intervistat do të kryhen ballë-për-ballë përmes pyetësorëve elektronikë të Regjistrimit të Popullsisë në tabletë me metodën CAPI (Computer Assisted Personal Interview), dhe jo me pyetësorë në letër. Regjistruerit do të parashtrijë pyetje nga pyetësorët e miratuar me ligj.

Gjatë 10 viteve të kaluara popullsia në vend ka pësuar ndryshime të mëdha dhe Regjistrimi i Popullsisë në Kosovë do të sigurojë informacion të saktë dhe domethënës mbi numrin e banorëve dhe kushtet e tyre të jetesës në nivelin lokal, rajonal dhe kombëtar. Të dhënat e këtij Regjistrimi të Popullsisë do të jenë një instrument shumë i rëndësishëm për zhvillimin dhe rishikimin e politikave socio-ekonomike, politikat e krijimit të vendeve të punës, zhvillimin e infrastrukturës, për investime, si dhe shërbime të tjera për vendin.

Për ta rritur në mënyrë efektive ndërgjegjësimin dhe publicitetin, projekti i Regjistrimit të Popullsisë kërkon një identitet tërheqës dhe efektiv të krijimit dhe ruajtjes së imazhit përmes Brendit dhe Logos. Duke u siguruar që i gjithë projekti të kuptohet drejtë, qytetarët të dinë rëndësinë e regjistrimit dhe të marrin pjesë aktivisht. Kjo do t'i mundësojë ASK-së ta promovojë dhe t'i përmbushë qëllimet dhe objektivat e projektit të Regjistrimit të Popullsisë. Të informojë dhe ta shpërndajë informacionin përkatës rreth Regjistrimit të Popullsisë në Kosovë, përfitimet e ndërsjella, vlerat dhe besimet mbi parimet demokratike të zhvillimit të qëndrueshëm, dhe planifikimit për të ardhmen, në mesin e grupeve të synuara, partnerëve dhe palëve të interesit, si dhe përgjatë gjithë opinionit publik në Kosovë.

2. OBJEKTIVI I PËRGJITHSHËM

Regjistrimi i Popullsisë kërkon një dizajn të fortë dhe unik, që komunikon identitetin e tij në mënyrën më të thjeshtë, një Brend tërheqës, përfaqësues dhe modern, që krijon një përshtypje dhe qëndrim pozitiv për të gjithë qytetarët e vendit, pa dallim gjinie, etnie, gjuhe, religjioni apo race.

Brendi dhe logoja janë dy elemente identifikuese të Fushatës së Komunikimit dhe Sensibilizimit, që do të kontribuojnë kryesisht në fuqizimin e imazhit publik të Agjencisë së Statistikave të Kosovës (ASK) në përgjithësi dhe vetë Regjistrimit të Popullsisë, në veçanti.

Brendi nuk është vetëm: një logo (që vendoset në krye të një letre informuese, në vizitkartë, ose në fanella të projektit), një identitet vizual (skemë ngjyrash, tematika plotësuese nëpër produktet e tij dhe pasurim në internet), ose një etiketë (qëllimi i së cilës është, për shembull: të dhëna, vendime provash, etj.). Brendi është të gjitha këto gjëra bashkë, por edhe më shumë. Është mënyra se si Projekti i Regjistrimit të Popullsisë i promovon vlerat e tij, si prezantohet dhe si perceptohet nga publiku.

Brendi duhet të jetë fill i artë që përshkon të gjitha produktet dhe rezultatet, duhet të jetë i lidhur ngushtë me vizionin dhe vlerat e Regjistrimit të Popullsisë, si dhe duhet të rezonojë me të gjithë ata që e hasin, nga stafi te palët e interesuara dhe te e gjithë popullata.

Brendi duhet të jetë i gjithë-pranishëm dhe duhet t'ia përfaqësojë Regjistrimit të Popullsisë:

- Personalitetin - si ndërvepron me palët e tij të interesit,
- Identitetin - si e njohin të tjerët atë dhe imazhin që portretizon,
- Reputacionin - si perceptohet dhe përshkruhet nga të tjerët.

3. OBJEKTIVAT SPECIFIKE

Të dizajnohet Logoja dhe Brendi bashkë me Udhëzuesin grafik për aktivitetet e komunikimit të plotë të Regjistrimit të Popullsisë: të sensibilizimit, reklamimit dhe të informimit.

Qëllimi i detyrave të ToR përfshin dizajnimin e:

1. Logos dhe
2. Brendit – Udhëzuesin grafik (Brand Book)

3.1 Logo

Bazuar në strategjinë e komunikimit dhe sensibilizimit, Logoja është një paraqitje vizuale e gjithë asaj që përfaqëson Regjistrimin e Popullsisë 2023. Prandaj, dizajni i logos duhet të jetë profesional dhe efektiv.

Logoja duhet të pasqyrojë vlerat e Regjistrimit të Popullsisë, të jetë e thjeshtë dhe lehtësisht e dallueshme, si dhe ta pasqyrojë brendin e vitit 2023.

Logoja shërben për t'i vërtetuar dokumentet autentike zyrtare, që i lëshon Agjencia e Statistikave të Kosovës, lidhur me Regjistrimin e Popullsisë dhe do të përdoret krahas logos së ASK-së me madhësi të njëjtë.

Kriteret e përcaktuara për dizajnim:

- Të jetë origjinale, unike dhe të mos jetë imitim i ndonjë logoje ekzistuese,
- Të përfshijë akronimin e emrit të projektit të Regjistrimit të Popullsisë (REKOS 2023),
- Nën ose pranë akronimit, logoja të përfshijë emrin e plotë të projektit, të listuar në shqip, serbisht dhe anglisht,
- Shkurtesat (akronimet) e Logos dhe imazhi/forma të ketë një referencë drejt popullsisë dhe /ose të ngjashme (simbol),
- Të jetë e veçantë, kreative, cilësore, profesionale dhe prezantuese.
- Të jetë dinjitoze për identitetin e Regjistrimit të Popullsisë.
- Të jetë qartë e kuptueshme.
- Të përçojë imazh të qartë.
- Të jetë e dallueshme, t'i rezistojë kohës dhe të jetë e lehtë për t'u mbajtur mend.
- Të jetë e përshtatshme për vendosje në dokumente fizike dhe elektronike, e lehtë për shtyp, në sfonde të bardha dhe të errëta.
- Të jetë e përdorshme në madhësi të ndryshme.
- Të ketë shpjegim të secilit detaj të propozuar në logo.
- Logoja përfundimtare duhet të dorëzohet në shumë lloje skedarësh (përfshirë JPG, EPS, CDR, PDF dhe formate të tjera vektoriale).
- Preferohet që logoja të jetë e riprodhueshme edhe bardh e zi, në mënyrë që të mund të fotokopjohet ose të përdoret në një reklamë bardh e zi, po aq efektive sa me ngjyra.

2.2 BRENDI DHE UDHËZUESI GRAFIK (BRAND BOOK)

Udhëzuesi grafik i Brendit (Brand Book) do të përfshijë udhëzimet në pamjen dhe ndjesinë e dizajnit të ri të brendit , duke përshkruar ngjyrat, shkronjat, skicën e njoftimeve standarde për shtyp, fletushkat, dokumentet, pankartat dhe produkteve të tjera. Duke treguar se si elementet e Brendit dhe logos duhet të përdoren dhe të shfaqen në media të shumta.

Përcaktimi i saktë i elementeve standarde të identitetit të Brendit dhe logos është i rëndësishëm dhe thelbësor, prandaj udhëzimet e Brendit duhet të japin shembuj të qartë se si elementet e Brendit duhet të duken në një gamë të plotë mediash të ndryshme, në mënyrë që të shmangen shtrembërimet fizike dhe devijimet nga dizajni dhe karakteri i vërtetë i Brendit, si dhe të mundësojë përdorim efektiv të simboleve të Brendit dhe të gjenerojë një ndikimi pozitiv.

Udhëzuesi grafik i Brendit (Brand Book) duhet të ofrojë udhëzime për përdorimin e saktë të **Logos** për fletëpalosje, broshura A4, A4 me dy palosje, A4 me tri palosje, vizitkarta etj., reklama (billborde, postera, fletushka), banera, banera “roll up” dhe media elektronike (web, power point dhe programe të tjera prezantimi) dhe materiale promovuese, si: stilolapsa, çanta, balona, bluza.

Duhet të jepen gjithashtu përshkrime specifike dhe të sakta të përdorimit “typefaces”, kodeve të ngjyrave (në CMYK, RGB dhe Pantene). Çështja është të lejojmë fleksibilitet gjatë ruajtjes së qëndrueshmërisë.

Udhëzuesi grafik i Brendit duhet të përmbajë imazhe të Brendit, duke treguar në detaje gjërat që duhen bërë dhe gjërat që nuk duhen bërë, duke dhënë shembuj të situatave, ku simbolet e Brendit mund të përdoren dhe ku nuk mund të përdoren.

Si përfundim, Udhëzuesi grafik i Brendit duhet t'i specifikojë: tipografinë, ngjyrat, formatet e paraqitura në korniza, digjitale dhe ueb, aplikacionet, reklamat, shkrimet, mallrat dhe udhëzimet e riprodhimit.

Pyetje

Pyetjet ose kërkesat për sqarime të mëtejshme duhet t'i dorëzohen me shkrim personit kontaktues më poshtë:

Emri i personit kontaktues:

Rrezeart Galica

Email adresa e kontakt personit: rrezeart.galica@uni-pr.edu

3. MËNYRA E APLIKIMIT

Logoja dhe Brendi duhet të dorëzohen në pliko të mbyllura me shifër dhe pa emër të autorit në CD (në të kundërtën do të diskualifikohet), bashkë me një version vektor të Logos dhe po ashtu e shtypur në kopje fizike. Dosja e aplikimit duhet të përmbajë një Manual të shpjegimeve të përmbajtjes dhe përdorimit. Aplikacioni duhet të ketë mbishkrimin “Për dizajnin ideor të Logos dhe Brendit të Regjistrimit të Popullsisë”.

Dokumentet e kompletuara duhet të dërgohen personalisht ose me postë, në adresën e mëposhtme:

*Universiteti i Prishtinës
Fakulteti i Arteve
Rr. “ Nëna Terezë” pn.
10 000 Prishtinë,
Republika e Kosovës*

4. KUSH MUND TË KONKURROJË?

Të drejtë konkurrimi kanë të gjithë studentët e Arteve Vizuale (Bachelor dhe Master), Fakulteti i Arteve, UP.

Konkursi është i natyrës garuese dhe ideja më e mirë e përzgjedhur do të shpërblehet me një laptop me performacë të lartë të përshtatshme për dizajn grafik. Të drejtat e autorit për propozimet e përzgjedhura barten nga propozuesi te Agjencia e Statistikave të Kosovës.

Data e fundit për aplikim 17.10.2022.

5. KRITERET E VLERËSIMIT

Vlerësimi i propozimeve do të bëhet nga një Komisioni profesional, i themeluar nga Fakulteti i Arteve në bashkëpunim me Agjencinë e Statistikave të Kosovës dhe UNFPA.