Obrazac **OMP**

**PROGRAM PODRŠKE PREDUZETNIŠTVU MLADIH U 2023. GODINI**

**Obrazac za ocjenivanje marketing plana**

Naziv marketing plana:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Preduzetnik/Društvo: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ADMINISTRATIVNA PROVJERA:

|  |  |
| --- | --- |
| Da | Ne |

Da li je prijava blagovremena?

|  |  |
| --- | --- |
| Da | Ne |

Da li je prijava potpuna?

Ukoliko je prijava neblagovremena i/ili nepotpuna ista se neće razmatrati.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Kriterijum: | Ocjene članova Komisije (ocjeniti ocjenom na skali od 1 do 5, pri čemu je 1 najmanja ocjena, a 5 najveća ocjena): | Prosječna ocjena:\* |
| 1. | Da li su predviđenje aktivnosti u skladu sa misijom i vizijom biznisa? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| 2. | Da li je su postavljeni ciljevi specifiči, mjerljivi,mogući i realni, te da li su vremenski ograničeni (SMART)? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| 3. | Da li je dobro definisana ciljna grupa tj. tipovi kupaca i njihove karakteristike? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| 4. | Da li je proizvod/usluga dovoljno vidljiv kupcima? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| 5. | Da li marketing plan podrazumjeva dodatno zapošljavanje? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| 6. | Da li je predviđeno uvođenje novih proizvoda/usluga ili inoviranje postojećih? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| 7. | Da li je realno sagledana konkurencija na tržištu? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| 8. | Da li je budžet jasno definisan (da li su detaljno opisane aktivnosti i navedeni realni troškovi za njihovu realizaciju)? | Predsjednik/ca: \_\_\_\_\_\_  Član/ica 1: \_\_\_\_\_  Člani/ca 2: \_\_\_\_\_  Član/ica 3: \_\_\_\_\_  Člani/ca 4: \_\_\_\_\_ |  |
| UKUPNA OCJENA:\* | | |  |

OCJENA MARKETING PLANA PO KRITERIJUMA:

\* Prosječna ocjena predstavlja zbir svih članova Komisije za jedan kriterijum podjeljen sa brojem članova.

\*\* Ukupna ocjena je zbir svih prosječnih ocjena za sve kriterijume.

Na osnovu ukupne ocjene, Komisija donosi zaključak da se marketing plan:

1. Podržava u iznosu od\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_EUR
2. Odbija.

Obrazloženje:

|  |
| --- |
|  |

Potpisi Predsjednika/ce i članova/ca Komisije:

Predsjednik: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Član/ica 1: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Član/ica 2: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Član/ica 3: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Član/ica 4: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_