# Obrazac P.2.(Obavezno za sve organizatore)

**MEDIA PLAN**

(naziv događaja)

Tabela 1.**MEDIA PLAN - PLAĆENO OGLAŠAVANJE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RB** | **VRSTA OGLAŠAVANJA** | **Vrijednost Kn** |
| **Inozemni** | **Nacionalni** | **Regionalni** | **Lokalni** |
| **1.** | Tiskani mediji  |  |  |  |  |
| **2.** |  Televizija |  |  |  |  |
| **3.** | Radio |  |  |  |  |
| **4.** | Plakati |  |  |  |  |
| 5. | Internet portaliruštvene mreže |  |  |  |  |
|  I. | UKUPNO |  |  |  |  |

Tabela 2. **OGLAŠAVANJE U VLASTITIM PROMOTIVNIM MATERIJALIMA I VRIJEDNOST PR OBJAVA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RB.** | **Vrsta** | **Kn** |
| **1.** | Oglašavanjenavlastitim web stranicama (navesti link ) |  |
| **2.** | Tiskanapromotivnabrošura, letci, katalozi i drugi tiskani materijali (priložiti ako je moguće ) |  |
| **3.** | Ostalioblicipromocije u vlastitimpromotivnim/prodajnim kanalima(navestikoji + priložitiilustracijeukoliko je moguće) |  |
| **I . Ukupnooglašavanje u vlastitimpromotivnimiprodajnim kanalima** |  |
| **1.** | **Očekivana PR promocija** (neplaćene objave u medijima – navedi kojim i procjenu vrijednosti u Kn |  |
| **2.** |  |  |
| **3.** |  |  |
| **4.** |  |  |
|  **II. Ukupna vrijednost PR promocije** (očekivane neplaćene objave) |  |
| **IVI. UKUPNA VRIJEDNOST OGLAŠAVANJA (I.+II+III.)** |  |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Mjesto, datum, potpis i pečat