

SADRZAJ:

KONFERENCIJA ZA ŠTAMPU.....	2
BITNI ELEMENTI KONFERENCIJE ZA ŠTAMPU.....	3
Osnovne poruke 3	
Ček lista 3	
Sinopsis 3	
Lista novinara 4	
Mesto i vreme održavanja konferencije 5	
Govornici i medijator 5	
Materijali koje je potrebno pripremiti 6	
AKTIVNOSTI NAKON KONFERENCIJE ZA ŠTAMPU.....	7
LITERATURA.....	8
KONFERENCIJA ZA ŠTAMPU	

Konferencija za štampu je najčešće korišćen način komuniciranja organizacije sa medijima. Ona predstavlja idealan način za saopštavanje podataka o važnim događajima kao što su krizne situacije, prezentacije značajnih novih proizvoda, objavljivanje finansijskih rezultata, uspešne privatizacije, ulaganja, investicije, potpisivanje značajnog ugovora, otvaranje nove fabrike, velika katastrofa... Saziva se za plasiranje obaveštenja o krupnijim poduhvatima ili događajima iz života organizacije, koje traže dodatna objašnjenja odgovornih i kompetentnih lica. To je svakako jedan od najznačajnijih medijskih događaja organizacije.

Slika 1 – Izvor : [www.mediacenter.org.yu](http://www.mediacenter.org.yu)

Konferencije za štampu klasifikuju se kao redovne, vanredne i specijalne. Mogu biti otvorene (za sve akreditovane novinare), za odabrane učesnike i zatvorene (za glavne urednike ili resorne specijaliste). Sa ovih poslednjih, koje se nazivaju i brifing (briefing), uglavnom se ne izvestava, već one služe kao neki vid internog informisanja ili usmeravanja. Konferencije za štampu je najbolje pripremiti u slučaju potpisivanja važnog ugovora, početka novog projekta, predstavljanja godišnjeg izveštaja, neke krizne situacije, otvaranja nove fabrike ili ulaska nove kompanije na tržište, udruživanja dva preduzeća itd.

Da bi konferencija štampu uspešla, mora biti dobro pripremljena. Sa loše planiranom i izvedenom, ili nepotrebno organizovanom konferencijom rizikuje se gubljenje poverenja od strane novinara, za sledeći put kada će njihovo prisustvo biti zaista važno. Uvek treba imati na umu da svaki nov proizvod nije sasvim dovoljan razlog za sazivanje konferencije za štampu. U loš razlog spada i kritikovanje neke nepovoljne price o kompaniji, koja se pojavila u medijima. Razlog za sazivanje konferencije mora biti događaj od posebne važnosti kada organizacija na jednom mestu prenosi vest svim novinarima odjednom.

BITNI ELEMENTI KONFERENCIJE ZA ŠTAMPU

Pre konferencije za štampu potrebno je:

- definisati osnovne poruke
- sastaviti ček listu
- pripremiti scenario konferencije
- definisati listu novinara
- odrediti mesto i vreme događanja
- odrediti učesnike i medijatora
- definisati sve potrebne materijale za konferenciju i za press kit.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)