

U V O D

Ovom temom želimo da pokažemo koliko je izbor pravih ciljeva i zadataka odnosa s javnošću veoma bitan u svakoj organizaciji.

Ciljevi i zadaci zahtevaju dosta napora i teškoća pri njihovom izboru.

Odnosi s javnošću su umetnost i društvena znanost koja analizira trendove, predviđa njihove posledice, savetuje organizacijskim vođama i provodi planirane programe akcija sa svrhom da služe organizacijskom i javnom interesu.

Odnosi s javnošću usmeravaju promene mišljenja, stavova, odnosa, ciljeva, proizvoda, država, ustanova i pojedinaca bez obzira na to u kakvoj ulozi pojedinac nastupa i kakva su uzajamna očekivanja sa okolinom.

Postavljenje ciljeva je lakše i uspešno ostvariti uz podršku i razumevanje javnosti, nego kada je javnost suprotstavljena ili ravnodušna. Odnosi s javnošću mogu se opisati sa nekoliko ključnih reči, a to su:

ugled,

percepcija,

kredibilitet,

poverenje,

sloga i

obostrano razumevanje zasnovano na istinitom i sveobuhvatnom obaveštavanju.

Ovo ukazuje na krajnje ciljeve odnosa sa javnošću.

U seminarskom radu detaljnije ćemo pojasniti sledeće stavke vezane za našu temu:

definisanje ciljeva odnosa s javnošću,

moгуće ciljeve i zadatke odnosa s javnošću,

tipične PR ciljeve,

praćenje i procenjivanje efekata odnosa s javnošću,

kontrolu i merenje efekata odnosa s javnošću.

2. DEFINISANJE CILJEVA ODNOSA S JAVNOSCJU

Cilj je stanje u kome organizacija želi da se nađe u određeno vreme. Prilikom definisanja odnosa s javnošću bitno je imati na umu da su odnosi s javnošću samo jedno od sredstava za realizaciju ciljeva firme.

Definisanju ciljeva odnosa s javnošću treba pristupiti na način koji je prihvatila naučna i stručna javnost, a to znači da treba početi od misije organizacije. Misija predstavlja opširniju izjavu o osnovnoj, jedinstvenoj svrsi i domenu poslovanja, koji razlikuje jednu organizaciju od ostalih organizacija takvog ili sličnog tipa.

Ciljeve odnosa s javnošću treba definisati što preciznije, jer od toga zavisi ne samo njihovo, već i ostvarenje osnovnog cilja organizacije. Zato definisanje ciljeva mora da se zasniva na konkretnoj i realnoj situaciji, koja podrazumeva poštovanje potreba i ambicija organizacije, s jedne, i njenih resursa, s druge strane. Osnovni cilj odnosa s javnošću je kreiranje odnosa međusobnog razumevanja i poverenja sa ciljnim grupama. Prihvatanje modifikacije proizvoda i ambalaže, izmene u tehnološkom postupku ili materijalu, obaveštavanje javnosti o akcijama i merama koje se preduzimaju na planu unapređenja kvaliteta života, mogući su ciljevi odnosa s javnošću i ukupne poslovne politike organizacije. Cilj odnosa s javnošću je i da svojim aktivnostima podstiče interesovanje javnosti za ostvarene radne učinke organizacije, kroz različite oblike komuniciranja, preko mas-medija ili lično.

Planirani ciljevi bi trebalo da budu izvodljivi bazirani na raspoloživim resursima, pre svega: ljudskim, finansijskim, tehničkim i organizacionim. Pri određivanju organizacije treba navesti dostignuti imidž organizacije i proizvoda izajedničke vrednosti koje povezuje zaposlene. Takođe treba odrediti vremenski okvir za ostvarenje cilja. Pri utvrđivanju ciljeva odnosa s javnošću, treba se pridržavati sledećih pravila:

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com