

Ovo je pregled **DELA TEKSTA** rada na temu "**Definisanje pojma odnosa s javnošću u praksi**". Rad ima **25 strana**. Ovde je prikazano **oko 500 reči** izdvojenih iz rada.

**Napomena:** Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo **DEO TEKSTA** izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti. Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati [ovde](#).

---

VISOKA ŠKOLA  
ZA EKONOMIJU I INFORMATIKU  
PRIJEDOR  
SEMINARSKI RAD  
PREDMET:ODNOSI S JAVNOŠĆU  
TEMA:DEFINISANJE POJMA ODNOSA S JAVNOŠĆU U PRAKSI  
SADRŽAJ

UVOD.....	2
1. OBJAŠNJENJE DEFINICIJE.....	3
2. POJAM ODNOSA S JAVNOŠĆU.....	4
3. RAZVOJ ODNOSA S JAVNOŠĆU.....	5
4. NEDOSTATAK VERBALNOG IDENTITETA S JAVNOŠĆU.....	12
6. FUNKCIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU.....	15
7. CILJNA JAVNOST.....	16
8. JAVNO MIŠLJENJE(MJENJE).....	18
9. UPRAVLJANJE ODNOSA S JAVNOŠĆU.....	21
ZAKLJUČAK.....	23
LITERATURA.....	24

UVOD

Odnosi s javnošću, kao što već i samo ime kazuje, bave se načinom na koji se ponašanje i stavovi pojedinaca, organizacija i vlada međusobno prepliću. Pokušaji da se utiče na javno mnjenje i da se ono oblikuje, stari su koliko isamo društvo, ali je nailazak demokratije sve promenio. Kada su građani stekli pravo glasa, a time i pravo da biraju vlade, javnom mnjenju se počela pridavati skoro dramatična važnost. Suština odnosa s javnošću je ista, bez obzira na to da li se koriste u političkoj areni, naposlavnom ili komercijalnom polju, u društvenim odnosima, u dobrotvorne svrhe ili pri prikupljanju pomoći, ili u bilo kojim drugim situacijama u kojima postoji posebna potreba za njima. Metode koje se upotrebljavaju u svim tim različitim prilikama bitno se razlikuju. Osnovna filozofija odnosa s javnošću je veoma jednostavna. Mnogi smatraju da je postavljen ciljeve lakše uspešno ostvariti uz podršku i razumevanje javnosti, nego kada je javnost suprotstavljenaili ravnodušna. Odnosi s javnošću mogu se opisati sa nekoliko ključnih reči, a te reči su ugled, percepcija, kredibilitet, poverenje, sloga, I obostrano razumevanje zasnovano na istinitom i sveobuhvatnomobaveštavanju. Ovo ne predstavlja definiciju, ali ukazuje na krajnje ciljeve. Odnosi s javnošću nisu vezani samo za poslovnu politiku i komercijalu: oni su podjednako važnii za upravljanje državom i politiku. Vaclav Havel, koji je postao predsednik Čehoslovačke nakon mirnerevolucije novembra 1989, dao je intervju za nedeljnik -Time avgusta 1992. godine, kada je podneoostavku postupajući po odluci da se Čehoslovačka podeli na dve države. Havel je istakao važnost svihonih vrednosti koje se ne sreću često u politici – učtivost, dobar ukus, inteligencija, pristojnost i, iznadsvega, odgovornost. A upravo su to iste

one vrednosti koje svoje mesto nalaze i u odnosima s javnošć

## 1. OBJAŠNJENJE DEFINICIJE

Odnosi s javnošću su proces upravljanja komunikacijom organizacije s njenom unutrašnjom ispoljašnjom javnošću u svrhu postizanja međusobnog razumevanja, izgradnje društvene odgovornosti i ostvarivanja zajedničkih interesa.

English language

Public Relations

**----- 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)**