

S A D R Ž A J

U V O D 3

- 1. Četvorofazni proces odnosa sa javnošću 4
 - 1.1. Faza I - ANALIZA – definisanje problema 4
 - 1.1.1. Istraživanja za potrebe odnosa sa javnošću 4
 - 1.1.2. Lični kontakti 7
 - 1.1.3. Lideri mišljenja 7
 - 1.1.4. Fokus grupe 8
 - 1.1.5. Telefonski kontakti 9
 - 1.1.6. Internet 9
 - 1.1.7. Sekundarne analize 9
 - 1.1.8. Analize medijskih objava 10
 - 1.1.9. Ankete 11
 - 1.2. Faza II - STRATEGIJA – Planiranje i kreiranje programa 12
 - 1.3. Faza III - REALIZACIJA – Sprovođenje programa 13
 - 1.4. Faza IV - EVALUACIJA – Ocenjivanje programa 14

Z A K L J U Č A K 16

L i t e r a t u r a 18

U V O D

Oduvek su pojedinci i grupe vodili računa o tome šta o njima misli okolina. Od tog „pogleda“ i stava okoline prema nekome, prema nečijem ponašanju, aktivnostima i delima zavisio je sud o njegovoj uspešnosti ili neuspešnosti, bez obzira da li se radi o individui, grupi, instituciji ili kompaniji.

Odnosi s javnošću ili, Public Relations (PR), novo je ime za veoma staru delatnost. Reč je o tradicionalnoj veštini koja obuhvata široko iskustveno polje i naslanja se na znanja iz brojnih manje ili više srodnih nauka. Suprotno vrlo raširenom uverenju, ova disciplina nije vezana samo za savremenu eksploziju sredstava masovnog komuniciranja (odnosima s medijima bavi se deo PR).

Još davne 1969. godine Edvard Bernejs je rekao: “Kao Kolumbo možete ploviti prema zapadu i slučajno otkriti novu zemlju. Ali ako imate karte, možete bolje- možete stići na destinaciju koju ste ranije odredili... pažljivo planiranje više od bilo čega ostalog pravi razliku između modernih odnosa sa javnošću od starniskog pogotka ili promašaja u publicitetu i propagandi.”

Dr Edvard Robinson je te iste godine rekao da je starom, instinktivnom pristupu rešavanja problema u odnosima sa javnošću došao kraj.

Time je samo hteo da kaže da se programi za odnose sa javnošću ne mogu zasnivati na predosećajima, instinktu ili iskustvu, te da se PR iz veštine reagovanja na spoljašnje pretnje organizaciji razvio u disciplinu koja se zasniva na teoriskim postavkama racionalnog rešavanja problema i principima proaktivnog strateškog planiranja.

Naravno, u praksi je situacija nešto drugačija i često, još uvek, u organizacijama dominiraju intuitivni, individualistički pristupi.

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

www.maturskiradovi.net

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