

SADRŽAJ

SADRŽAJ 2

UVOD 3

1. PRAVILA ZA DOBAR ODNOS 6

2. ETIKA I ODNOSI SA MEDIJIMA 8

3. ZLATNA PRAVILA 9

3.1 Istina 9

3.2 Provera 9

3.3 Najvažnije pre svega 10

3.4 Pribranost 10

3.5 Hitnost i ažurnost 10

4. KREIRANJE VIZUELNIH PORUKA U SAVREMENIM MEDIJIMA 11

5. IZBEGAVANJE GOVORA MRŽNJE U MEDIJIMA 12

6. DESET SAVETA ZA USPEŠNO OGLAŠAVANJE U MEDIJIMA 12

ZAKLJUČAK 15

LITERATURA 17

UVOD

Odnosi s javnošću (en. Public Relations - PR) su naučna disciplina koja stvara i održava reputaciju, s ciljem da se ostvari razumevanje i podrška, kao i da se utiče na mišljenja i ponašanja ciljanih javnosti. Odnosi sa javnostima su takođe planirani i stalni posao stvaranja i održavanja dobre volje, kao i međusobnog razumevanja između organizacije (ili pojedinca) i ciljanih javnosti. Odnosi sa medijima su jedan od segmenata odnosa sa javnošću. Sve više organizacija danas je svesno da su odnosi s medijima od velikog značaja, ne samo za uspeh organizacije, već i za njen opstanak. Mediji iz dana u dan, nesumnjivo osvežavaju ulogu kreatora javnog mnjenja i poruka koja svedoči o njihovoj moći »danas u novinama, sutra u parlamentu« nije bez pokrića. Svakodnevna pojava novih medija jasan je signal organizacijama, da su mediji ozbiljno shvatili postulat o pravu ljudi na obaveštenost i da ga novinari primjenjuju i lokalno, odnosno na onom nivou koji organizacijama neposredno daje dozvolu za delovanje i gde organizacija plaća poreze, doprinose.

Odnosi s medijima ne brane organizaciju pred pisanjem novinara niti je ne skrivaju od očiju javnosti, kao što to neki pogrešno očekuju. Odnosi s medijima su danas jedno od najbolje razvijenih područja odnosa s javnošću i u organizaciji započinju njenim delovanjem. Oni su proces, koji je planiran, usmeren i izuzetno važno, ima merljive rezultate, pa ga je u određenim primerima moguće unapred predvideti. Organizacijama, stratezima i praktičarima ujedno nudi širok spektar alata čija lista, zahvaljujući sve novijim tehnologijama, svakim danom postaje duža, a područje sve više cenjeno i zahtevno. Odnosi sa medijima predstavljaju skup aktivnosti u okviru odnosa s javnošću, kojima se planski, organizovano i kontinuirano uspostavljaju i održavaju uzajamno korisni odnosi između organizacije i predstavnika različitih medija. Osnovni cilj ove funkcije je stvaranje pozitivnog publiciteta, kao specifičnog oblika komunikacije sa svim ciljnim javnostima jedne organizacije. Takođe, cilj izgradnje odnosa sa medijima je i stvaranje specifičnog partnerskog odnosa između organizacije i medija, koji će na željeni način posredovati u poslovnoj komunikaciji između organizacije i njenih ciljnih javnosti, kako u normalnim uslovima poslovanja, tako i u periodu krizne situacije.

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

www.maturskiradovi.net

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