

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 cilj lakše 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 te reči su ugled, percepcija, kredibilitet, poverenje, sloga, i obostrano razumevanje zasnovano na istinitom i sveobuhvatnom obaveštavanju. Ovo ne predstavlja definiciju, ali ukazuje na krajnje ciljeve. Odnosi s javnošću nisu vezani samo za poslovnu politiku i komercijalu: oni su podjednako važni za upravljanje državom i politikom. Vaclav Havel, koji je postao predsednik Čehoslovačke nakon mirne revolucije novembra 1989, dao je intervju za nedeljnik -Time

avgusta 1992. godine, kada je podneo ostavku postupajući po odluci da se Čehoslovačka podeli na dve države. Havel je istakao važnost svih onih 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 javnošću

1. OBJAŠNJENJE DEFINICIJE

Odnosi s javnošću su proces upravljanja komunikacijom organizacije s njenom unutrašnjom i spoljašnjom 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

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com