

Sadržaj :

Uvod.....	1
1. Odnosi s javnošću – definisanje-	2
2. Strategijska uloga odnosa s javnošću	5
3. Upoređivanje odnosa s javnošću,propagande,oglašavanja i marketinga.....	5
3.1 Odnosi s javnošću i propaganda	
3.2 Marketing i odnosi s javnošću	
4. Komuniciranje s javnošću i stručnim krugovima.....	6
4.1 Određivanje ciljne javnosti	
4.2 Javno mnjenje	
5. Odnosi sa medijima.....	9
6. Metodi odnosa s javnošću.....	10
7. Rukovođenje i organizacija odnosa s javnošću.....	11
8. Poslovna etika.....	12
9.1 Poslovi stručnjaka za odnose s javnošću	
10.Društvo Srbije za odnose javnošću.....	14
Zaključak.....	16
Literatura.....	

Uvod

Odnosi s javnošću u svetu se nalaze među najperspektivnijim zanimanjima.

Prihodi ove <> poslednjih deset godina imaju stalan rast od 20% godišnje,a prema američkim predviđanjima sve do 2008.godine možem očekivati nastavak tog rasta.Dakle PR će biti jedno od retkih zanimanja koje će se u ovoj dekadi stalno razvijati ! Prema istraživanjima Međunarodnog udruženja agencija No najzanimljivija je činjenica da na američkom kontinentu dva od tri zaposlenika imaju završen fakultet,a jedan se od četvorice usavršavao i na postdiplomskim studijama.

Prema tome korist od rasta PR industrije nemaju samo PR stručnjaci, kompanije,agencije,mediji već i obrazovne institucije,koje su na vreme prepoznale potrebe tržišta i uspešno odgovorile na njih.

1. Odnosi s javnošću

- definisanje -

Veoma je teško definisati odnose s javnošću,i većina ako ne i sve definicije predstavljaju u stvari opise efekata odnosa s javnošću ,a ne prave definicije.

Odnosi sa javnošću,kao što već i samo ime kazuje,bave se načinom na koji se ponašanje i stavovi pojedinaca,organizacija i vlada međusobno prepliću odnosno Publics Relations aktivnosti predstavljaju smišljeno,planirano i stalno nastojanje da se uspostavi i održava međusobno razumevanje između organizacije i njenog okruženja.

Institut za obaveštavanje javnosti je novembra 1987.popravio svoju definiciju i ona sada glasi:

”Obaveštavanje javnosti predstavlja planiran i stalni napor da se ostvari i održi dobra volja i uzajamno razumevanje između organizacije i njene ciljne javnosti.”

Websterov novi međunarodni rečnik dao je dobru definiciju:

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

www.maturskiradovi.net

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