

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.

Pokušaj 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.

Sušтина odnosa s javnošću je ista, bez obzira na to da li se koriste u političkoj areni, na poslovnom 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 postavljene ciljeve 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 i za upravljanje državom i politiku. Vaclav Havel, koji je postao predsednik Čehoslovačke nakon mirne revolucije novembra 1989, dao je intervju za nedeljnik Tajm (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, iznad svega, odgovornost. A upravo su to iste one vrednosti koje svoje mesto nalaze i u odnosima s javnošću.

1. OBJAŠNJENJE DEFINICIJE

Srpski jezik

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 is a management process of communication between an organisation and its internal and external public with the aim of achieving mutual understanding, developing social responsibility and implementing common interests.

Objašnjenje definicije

Navedena definicija odnosa s javnošću u sebi sadrži nekoliko povezanih elemenata:

1. Organizacija uspostavlja sve oblike komunikacije.

Uspostavlja unutrašnju komunikaciju što znači da su interne javnosti na vreme informisane.

Takođe, to znači da zaposleni putem svojih predloga mogu učestvovati u unapređenju efektivnosti i efikasnosti poslovnog odlučivanja. Organizacija uspostavlja, održava i unapređuje komunikaciju sa spoljašnjom javnošću poput medija, deoničara, potrošača, vlasti, nevladinih i međunarodnih organizacija

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

www.maturskiradovi.net

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