

APSTRAKT

Odnosi s javnošću postaju sve važniji za modernu ekonomiju i marketing kao njen stavni dio. Odnosi s javnošću započinju unutar preduzeća, odakle se prenose na spoljne segmente, pojedince i cjelokupnu javnost. Odnosi s javnošću su komunikacijska aktivnost koja gradi dobre odnose između preduzeća i njegove javnosti putem stvaranja pozitivnog publiciteta, izgradnje dobrog korporativnog imidža i obrade ili sprečavanja nepovoljnih glasina, priča i događaja. U nastojanju da se gradi prihvatljiva pozicija preduzeća u javnosti, mišljenja i stavovi javnosti postaju značajni faktori u planiranju i preduzimanju akcija preduzeća. Odnosi s javnošću se bave uticajem kompanije na šire javno mnjenje da bi imalo pozitivnu predstavu o njemu i njegovoj djelatnosti. Svaha odnosa sa javnošću je da povoljno utiče na javnost, stvara gudvil i kreira i održava zadovoljavajuću reputaciju za kompaniju.

Ključne riječi: marketing, odnosi s javnošću, korporacijska komunikacija, lobiranje, odnosi s medijima.

UVOD

Ekonomska ekspanzija većine zemalja i uticaj globalizacije su u punoj mjeri potpomognuti savremenim tehnologijama koje se promovisu i grade svoju reputaciju pravilnom i potpunom primjenom odnosa s javnošću. Samim tim, kao rezultat jačanja konkurencije i razvoja demokratije, odnosi s javnošću sve više dobijaju na značaju i u našoj zemlji. Kadrovi iz ove oblasti su traženi, i sve češće u zemljama u okruženju se osnivaju posebne organizacione jedinice koje se bave odnosima s javnošću, a osnivaju se i specijalizovane agencije koje pružaju konsultantske usluge iz ove oblasti. Zbog značaja koji imaju odnosi s javnošću se moraju na adekvatan način izučavati, posebno je važno u potpunosti razumjeti koji su elementi koji ga sačinjavaju i na koje sve oblasti poslovanja i života oni utiču.

Izražena potreba za stručnjacima i naučnim saznanjima iz odnosa s javnošću doprinela je tome da su neke visokoškolske ustanove, među kojima i Fakultet za poslovne studije „Montenegro Business School“ počele da organizuju nastavne programe za školovanje budućih stručnjaka u ovoj oblasti.

Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je strategija razvoja odnosa s javnošću i njihovo pozicioniranje kod najšire javnosti. Razvoj strategije se bazira na prethodnim istraživanjima tržišta, njegovih kapaciteta, kao i osnovnih koncepata razvoja brenda kroz aktivnosti Odnosa s javnošću. Istraživanjem će biti obuhvaćen sistem vrijednosti brenda i harmonizacija sa sistemom vrijednosti potrošača. Dobar brend omogućava bolju komunikaciju i bolji kontakt sa krajnjim potrošačima, sto je put ka ostvarivanju pozicije na trzistu. Istraživanjem će se izvršiti komparacija elemenata koji brend čine autentičnim i različitim, kao osnova strategije diferentne prednosti koje preduzeće postiže pravilnim korišćenjem Odnosa s javnošću.

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

www.maturskiradovi.net

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