

## SADRŽAJ

|  |    |
|--|----|
| Uvod.....  | 1  |
| Analiza situacije.....                                   | 4  |
| Definisanje ciljeva, strategije i taktika.....           | 5  |
| Planiranje budžeta.....                                  | 8  |
| Utvrđivanje programa ostvarivanja odnosa s javnošću..... | 10 |
| Praćenje i procenjivanje efekata.....                    | 11 |
| Zaključak.....   | 13 |
| Literatura.....  | 14 |

## UVOD

Planiranje predstavlja aktivnost koja je usmerena na predviđanje budućeg stanja, ponašanja, uslova i redosleda tokova čijom realizacijom ostvarujemo neki cilj.

Planiranje odnosa s javnošću treba da se zasniva na istim principima koji se primenjuju u planiranju bilo koje druge aktivnosti u organizaciji.

Potreba za planiranjem odnosa sa javnošću proizilazi iz činjenice da organizacioni sistemi moraju stalno da ostvaruju različite odnose sa relevantnom javnošću. Kod uspostavljanja unapređenja odnosa sa javnošću broj aktivnosti je u porastu i imaju raznovrstan sadržaj. Da bi te aktivnosti dale željene rezultate nepohodno je negovati njihov planski pristup u njihovom definisanju i ostvarivanju. Smatra se da je planiranje odnosa sa javnošću neprekidan napor da se uspostavi i održi dobar ugled organizacije u okruženju i uspostavi međusobno razumevanje i poverenje između organizacije i ekstene i interne javnosti.

Planom odnosa sa javnošću obezbeđuje se povezanost zadatka, sredstava i tehnike, njihovo terminiranje i kontrola ostvarenog. Tako se stvaraju uslovi za dobijanje odgovora na uobičajeno pitanje (zašto, šta, kako, kada, sa čim...). Na primer, plan odnosa sa javnošću treba da omogućiti odgovore na sledeća pitanja ( Seltel, 2000 ):

Ko bi trebalo da zna o tome šta se radi ? (odgovor : javnost ).

Koliki je broj onih kojima nešto treba reći? (odgovor se dobija sa procenom na osnovu nekih kriterijuma, kao što je domet medija).

Šta i kako reći? (odgovor: svaka poruka mora da ima svoj sadržaj i svoju strukturu).

Ko da saopšti poruku? ( odgovor: emitator mora da bude stručan, poverljiv, pouzdan, atraktivan... ).

Gde, koliko često i kada reći? (odgovor: izabrati medij koji će omogućiti najpotpunije ostvarivanje ciljeva komuniciranja ).

Koliko uložiti ? ( odgovor : svaka aktivnost mora imati svoju cenu koštanja i efekat ).

Plan odnosa sa javnošću pomaže da napori organizacije budu usmereni ka pravim stvarima.

1

Planiranje odnosa sa javnošću je složena i višedimenzionalna aktivnost ostvaruje se kao proces koji se sastoji iz više faza. Ima više stavova o tome iz kojih faza se sastoji planiranje odnosa sa javnošću.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**