

POJAM ODNOSA S JAVNOŠĆU

Odnosi s javnošću predstavljaju umeće rada i govora koji će stvoriti povoljno mišljenje kod ljudi o nekoj organizaciji, instituciji ili pojedincu. Canfield: Odnosi s javnošću predstavljaju specijalnu filozofiju upravljanja, izraženu u politici i praksi, koja se bazira na komuniciranju s javnošću, u cilju osiguranja međusobnog razumevanja i dobre volje. Spasić: Odnosi s javnošću mogu imati tri cilja:

1. Menjanje javnog mišljenja 2. Kreiranje mišljenja tamo gde ga nije bilo 3. Učvršćivanje već stvorenog javnog mišljenja Grunig i Hunt: Odnosi s javnošću su upravljanje komunikacijom između organizacije i njene javnosti.

Definicija: Odnosi s javnošću, u strategijskom kontekstu, predstavljaju sistem stvaranja povoljnog mišljenja o nekoj organizaciji u javnosti. Delatnost odnosa s javnošću: Skup aktivnosti organizacije, usmerenih prema određenim ciljnim grupama javnosti, radi pridobijanja poverenja, stvaranja dobre volje i povoljnog mišljenja o organizaciji kao članu zajednice.

Razvoj nauke, tehnologije i sredstva komunikacije su omogućili brzo informisanje ljudi o svim promenama u okruženju, i informisanje okruženja o događajima u organizaciji. Svrha praćenja promena u okruženju je da se izbegnu neprijatna iznenađenja i obezbedi odbrana organizacije na nastale događaje. Jedan od osnovnih zadataka odnosa s javnošću je pripremanje informativnih i obrazovnih programa, koji bi trebalo da doprinesu boljem razumevanju zaposlenih za određene situacije, izazvane promenama, i bržem prilagođavanju organizacije nastaloj situaciji.

1

2. TEORIJA I PRAKSA ODNOSA S JAVNOŠĆU

Poslovanje uz puno razumevanje ljudskog ponašanja Predviđanje budućih trendova Istraživanje mišljenja, stavova, očekivanja javnosti Sprečavanje konflikta Promovisanje društvene odgovornosti Jačanje imidža proizvoda, usluga i organizacije.) } } } } Pojam i sadržaj odnosa s javnošću menjali su se sa razvojem ove oblasti u poslovnoj praksi. Danas je to široka oblast istraživanja i posebna poslovna funkcija u praksi. Primena odnosa s javnošću u praksi:

U praksi je teško precizno definisati domen rada odnosa s javnošću, jer se prepliće sa poslovima i zadacima drugih poslovnih funkcija. U širenju informacija za ostvarivanje ciljeva odnosa s javnošću koriste se metode, mediji i sredstva: 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. Izveštaji za javnost Brošure Konferencije za štampu Izveštaji Posete uglednih ličnosti Putovanja pojedinaca i grupa Priredbe i promocije i drugo.

2

3. POJAM CILJNE JAVNOSTI

Socijalni prostor (na kome se komunicira, razmenjuju ideje, iskazuju stavovi i sl).→ Grupa neformalnog porekla →Jedan od zadataka odnosa s javnošću je komunikacija sa različitim ciljnim grupama koje čine javnost (kupci, zaposleni, akcionari, dobavljači, partneri, mediji...). Cilj je zadovoljiti njihove želje i potrebe za informacijama. Da bi informacije stigle do njih, od organizacije se zahteva da organizuje unutrašnje i spoljašnje mreže odnosa, radi povezivanja sa svim ciljnim grupama javnosti. Pojam ciljne javnosti se može posmatrati kao:

Kotler: Javnost je svaka grupa ljudi koja ima aktuelni ili potencijalni interes ili uticaj na sposobnost organizacije da ostvari svoje ciljeve. Umesto ulaganja napora da se uspostave odnosi na svim prostorima i sa svim ciljnim grupama javnosti, trebalo bi da se identifikuju najatraktivniji segmenti javnosti, sa kojima je najrealnije očekivati uspešne i dugoročne odnose. Jedan od zadataka odnosa s javnošću je da formira bazu podataka o svim članovima (stil rada, način komuniciranja, stručnost...).

...

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

www.maturskiradovi.net

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