

Uvod

Korporacijski i vizuelni identitet je veoma važan aspekt odnosa s javnošću i zato se ovoj temi pridodaje više pažnje i ilustruje zanimljivim primerima dizajna kojima se prikazuje razvojni put korporacijskog identiteta.

Ona mora biti oprezna, planirana i uzdržana, i u skladu sa ciljevima i strategijom organizacije u čiju korist se sprovodi.

POJAM ODNOSA S JAVNOŠĆU

Odnosi s javnošću predstavljaju umeće rada i govora koji će stvoriti povoljno mišljenje kod ljudi onekoj 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 dobrevolje.

Spasić: Odnosi s javnošću mogu imati tri cilja:

1. Menjanje javnog mišljenja
2. Kreiranje mišljenja tamo gde ga nije bilo
3. Učvrščivanje već stvorenog javnog mišljenja

Grunig i Hunt: Odnosi s javnošću su upravljanje komunikacijom između organizacije i njene javnosti.

Definici ja: 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 ciljevima i grupama javnosti, rad pridobijanja poverenja, stvaranja dobre volje i povoljnog mišljenja o organizaciji kao članu zajednice.

Odnosi s javnošću se mogu posmatrati kao:

2. Proces
3. Komunikacija s javnošću
4. Praksa

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.

TEORIJA I PRAKSA ODNOSA S JAVNOŠĆU

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:

- 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.

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

www.maturskiradovi.net

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