

S A D R Ž A J:

1. UVOD.....	2
2. ŠTA SU ODNOSI SA JAVNOŠĆU.....	3
3. MEDIJI KROZ ISTORIJU.....	5
4. SAOPŠTENJE ZA MEDIJE.....	6
4.1 Kako da zainteresujemo medije.....	6
5. PLANIRANJE KOMUNIKACIJE SA MEDIJIMA.....	7
5.1 Medijska strategija.....	7
5.2 Istraživanje medija.....	8
6. ODNOSI SA MEDIJIMA.....	9
6.1 Upravljanje odnosima sa medijima.....	9
7. MEDIJE TREBA UPOZNATI.....	10
8. ZAKLJUČAK.....	12
9. LITERATURA.....	13

UVOD

U ovom rad bavićemo se odnosima sa medijima, sa posebnim osvrtom na kreiranje pozitivnog imidža kompanije. Prvo ćemo se upoznati sa tim šta su to odnosi sa medijima i sa kratkim osvrtom na razvoj medija kroz istoriju. Zatim ćemo se baviti značajem odnosa sa medijima za dobar i pozitivan imidž kompanije.

Bez obzira da li neka kompanija nudi kvalitetne proizvode i usluge, njen uspjeh uglavnom zavisi od toga kako je prihvaćena od šire javnosti. Odnosi sa medijima pružaju mogućnost i otvaraju vrata kompanijama da bude prihvaćena i da dobije podršku javnosti, što joj otvara put ka uspjehu.

U dvadeset i prvom vijeku odnosi sa medijima su postali svakodnevica u našem životu. Svaki dan smo izloženi masi novih informacija od kojih nam samo poneka ima neki značaj, dok su nam ostale manje bitne ili nam uopšte nisu bitne. Ali pošto nas ima toliko mnogo i većina ima bar dva-tri vida informisanja, svi možemo da vidimo i pročitate šta sve nudi novi model telefona, čujemo koliko miliona zarađuje fudbaler u ugovoru na četiri godine. Bez obzira što nas ove informacije i ne zanimaju previše činjenica je da svi primećujemo i pamtimo čak i nepotrebne informacije i da to itekako utiče na naše ponašanje. Kompanije ne samo da su iskoristile tu činjenicu nego i svakodnevno ulažu dio profita u usavršavanje tehnika plasiranja informacija u svoju korist.

2. ŠTA SU ODNOSI SA MEDIJIMA

Odnosi s javnošću razvijali su se uporedo sa medijima i novinarstvom a to naročito vrijedi za dio koji nazivamo odnosima sa medijima, tako da su odnosi sa medijima postali jedan od najvažnijih segmenata odnosa sa javnošću. „Odnosi s medijima su, kao i novinarstvo, djelatnost koju ljudi obavljaju najčešće profesionalno za neko poduzeće ili za kakvu instituciju, organizaciju, pokret, pojedinca pa, čak, i za ideju. Njihov je sadržaj praćenje i analiza priloga objavljenih u medijima i njihovih učinaka na nama važne skupine ljudi i na javno mnjenje u cjelini: kreiranje, planiranje, ostvarivanje i vrednovanje različitih aktivnosti kojima obavještavamo i uvjeravamo javnost te raspravljamo i pregovaramo s novinarima i njihovim čitateljstvom, slušateljstvom i gledateljstvom; reagiranje na novinarska i druga javno postavljena pitanja i pokrenute inicijative; pripreme i vježbe za djelovanje u kriznim uvjetima i, napokon, opća skrb nad onim okolnostima koje, posredstvom rada novinara, urednika i medija, bitno utječu na to što će ljudi, u vezi s nama i predmetom naše brige, prepoznati kao važno i/ili problematično“.

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

www.maturskiradovi.net

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