

## Odnosi so javnost i publicitet (Makedonski)

Vrsta: Seminarski đ Broj strana: 21 đ Nivo: Ekonomski fakultet

### Sadržina

Opšto za Odnosite so javnosta

Celi na Odnosite so javnosta

Funkcii i zadači na Odnosite so javnosta

Marketingot i Odnosite so javnosta

Internetot i Odnosite so javnost

Publicitet

Koristena literatura

Odnosi so javnosta

(Public Relations - PR)

Definiranje na ovoj termin koj e prezemen od angliskiot označuvava sevkupnost na streškata komunikacija na institucijata so opštestvenoto i stopansko okružuvanje. Poradi ova na zapad može da se sretne i kako Corporate Communication.

Postojat nekolku definiciji za PR, no najprifatliva za našite prostori i našiot mentalitet e slednava definicija:

Public Relations pretstavuva postojana dvosmerna, strateški vodena komunikacija so internite i eksternite celni javnosti (kako podcelni grupi) za da se postigne obostrana korist. Spored ovaa definicija, jasno e deka PR ne može da bide del od promotivniot miks na marketingot, iako e po sadržina dosta blizok na elementite na ekonomskiot publicitet. Poimot PR e mnogu poširok.

“PR gi prati stavovite na javnosta i gi prenesuva informacii i porakite koi gradat doverba.”

“PR e kako vozenje vo magla, morate da imate uključeni svetla, no ne za da vidite kade odite, tuku za da bidete videni od drugite.”

Osnovniot princip e vospostavuvanje na posakuvaniot imix vo site kategorii na celnite javnosti. Poradi ova, ovoj vid na strateška komunikacija ja vodi rakovodniot vrv na kompanijata. Operativniot del na aktivnostite najčesto go vrši sektorot za marketing koj vo svojot sostav ima stručnjaci za PR.

Celnite javnosti kon koi se nasočuvava strateškoto komuniciranje se:

Širokata javnost (garađanite na potesnata i poširokata teritorija)

Tesnite stručni grupi i poedinci.

Poširokite stručni grupi i poedinci.

Opštestvenite organizacii (združenija, klubovi)

Mediskite pretprijatija (radio, pečat, televizija)

Novinarite, no poedinečno

Realnite korisnici na uslugite

Potencijalnite korisnici na uslugite

Banki

Prodažni mesta (distributerite)

Konkurencijata

Delovnite partneri

Postojano vrabotenite vo firmata

Potencijalno vrabotenite vo firmata

Javnite ličnosti

Fakt e deka kaj nas se ušte ne se steknati uslovi za potpolna primena na ovaa dejnost. Pričinite se mnogubrojni no najvažni se:

Nerazvien pazar na proizvodi

Nerazvien pazar na rabotna sila

Nerazvien pazar na kapital

Demokratskite promeni vo opštestvoto vo začetok

I pokraj se ova, interesno e deka nekolku kompanii na Balkanot koi vednaš po tranzicijata počnaa so PR imaat samo pozitivni, jasno evidentni rezultati.

**----- 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)