

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. ODNOSI S JAVNOŠĆU	
2.1. Istorijski i razvojni aspekt.....	6
2.2. Definisane odnose s javnošću.....	7
2.3. Značaj odnosa s javnošću.....	8
2.4. Značaj aktivnosti odnosa s javnošću za poslovanje preduzeća.....	9
2.5. Nazivi i pozicija odnosa s javnošću unutar organizacije.....	11
2.6. Mesto odnosa s javnošću u komunikacionom miksu preduzeća.....	13
2.7. Delokrug odnosa s javnošću.....	14
2.8. Šta Public Relations predstavlja?.....	15
2.9. Šta je zapravo PR?.....	16
2.10. PR menadžeri i portparoli u Srbiji.....	17
2.11. Primer oglasa PR asistenta.....	19
3. ODNOSI S MEDIJIMA	
3.1. Istraživanje medija.....	21
3.2. INTERNI MEDIJI	
3.2.1. Publikacije za zaposlene.....	22
3.2.2. Bilteni.....	22
3.2.3. Pisma.....	23
3.2.4. Umeci i prilozi.....	23
3.2.5. Oglasne table i elektronske poruke.....	23
3.2.6. Komunikacija „licem u lice“ i glasine.....	24
3.2.7. Sastanci i telekonferencije.....	24
3.2.8. Vruće telefonske linije.....	25
3.2.9. Izložbe.....	25
3.3. SPOLJNI MEDIJI	
3.3.1. Novinske agencije.....	26
3.3.2. Dnevne novine.....	27
3.3.3. Časopisi	28
3.3.4. Radio.....	28

3.3.5. Televizija.....	29
3.3.6. Internet.....	30
3.4. Osnovni principi odnosa s medijima.....	30
3.5. Komunikacija s medijima.....	31
3.6. Sredstva za realizaciju odnosa s medijima.....	31
3.6.1. Adrema.....	32
3.6.2. Arhiva.....	32
3.6.3. Lična karta.....	33
3.6.4. Informativni materijal	33
3.6.5. Najčešće postavljena pitanja i odgovori	34
3.6.6. Novinska mapa (engl. “press kit“).....	34
3.6.7. „PRESS ROOM“ na Internet prezentaciji.....	35
3.6.8. Medijski priručnik.....	36

4. ODNOSI S JAVNOŠĆU I ODNOSI S MEDIJIMA

4.1. Pristup odnosa s javnošću masovnim medijima.....	36
4.2. Posao PR stručnjaka u radu s medijima.....	37
4.3. PR stručnjak kao ličnost u sredini	37
4.4. Smernice za dobar odnos s medijima.....	38
4.5. Uspostavljanje odnosa s javnošću putem medija.....	40
4.6. Uloga PR stručnjaka u medijima.....	40
4.7. Koga nema u medijima kao da ne postoji.....	41
4.8. Plasiranje informacija putem medija od strane PR stručnjaka.....	41
4.9. Internet i PR	42
4.10. On-line PR	43
4.11. Slanje saopštenja za medije	44

5. ZAKLJUČAK.....

46

6. LITERATURA

47