

Fakultet političkih nauka / Novinarstvo / MODELI I TEHNIKE ODNOSA S JAVNOŠĆU

Uslovljenost drugim predmetima	/
Ciljevi izučavanja predmeta	Predmet se bavi odnosima sa javnošću kao multidisciplinarnim pristupom koji obuhvatata komunikaciju sa svim ciljnim javnostima i na taj način doprinosi građenju reputacije institucije, organizacije, osobe, proizvoda ili kompanije.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	doc. dr Mato Brautović
Metod nastave i savladanja gradiva	Nastava iz predmeta odnosi sa javnošću će se realizovati kao interaktivna nastava koja obuhvata istovremeno i predavanja i vežbe. Ostvaruje se kombinacijom uvodnih izlaganja profesora ili referenata – studenata za pojedinačne nastavne jedinice, Power poin
I nedjelja, pred.	Definisanje pojmova – odnosi sa javnošću, advertajzing, marketing, propaganda, publicitet, branding
I nedjelja, vježbe	
II nedjelja, pred.	Praksa odnosa sa javnošću kroz istoriju; Upravljanje projektima i ljudima
II nedjelja, vježbe	
III nedjelja, pred.	Veštine pisanja i prezentovanja – osnovne veštine potrebne profesionalcima u odnosima sa javnošću
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	Istraživanje i evaluacija – prvi i poslednji stepenik svakog efikasnog projekta;
IV nedjelja, vježbe	
V nedjelja, pred.	Menadžment događaja
V nedjelja, vježbe	
VI nedjelja, pred.	Odnosi s medijima i odnosi s novinarima – efikasna i kontinuirana komunikacija sa medijima
VI nedjelja, vježbe	
VII nedjelja, pred.	Osnove novinarskih žanrova;
VII nedjelja, vježbe	
VIII nedjelja, pred.	Neverbalno komuniciranje; Interna komunikacija – zaposleni kao primarna ciljna grupa u komunikaciji;
VIII nedjelja, vježbe	
IX nedjelja, pred.	Poslovni izgled, poslovno ponašanje, poslovni bonton; Upotreba novih tehnologija za komunikaciju – IT PR
IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	Lobiranje – Način uticaja na donosiocje odluka; Kreiranje događaja – kreativna upotreba događaja u komunikaciji
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	Organizacija i realizacija eventa; PR kampanje: ciljevi, ciljne javnosti, istraživanja, sredstva i kanali komunikacije;
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	Korporativna komunikacija – «velika slika» komunikacije koja se obavlja u velikoj organizaciji
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	Lični PR - Od identiteta, preko građenja imidža do reputacije institucije, organizacije, kompanije, ličnosti
XIII nedjelja, vježbe	
XIV nedjelja, pred.	Krizni PR
XIV nedjelja, vježbe	
XV nedjelja, pred.	Vežbe, Drugi oblici nastave, Studijski istraživački rad (izrada komunikacionog projekta)
XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u toku nastave	
Konsultacije	
Opterećenje studenta u	

casovima	
Literatura	a) osnovna: Cutlip Scott M., Center Allen H., Broom Glen M. »Uspešni Odnosi s javnošću«, Službeni glasnik, Beograd, 2006; Blek, Semjuel, Odnosi s javnošću, Clio, Beograd, 2003; Kljajić, Veselin, Intervju u štampi, on-lajn magazinima i na Internetu (3. izdanje), Čigoja, Beograd, 2012; Odnosi sa javnošću – radni materijal Londonske škole za odnose sa javnošću (2004. – 2006.); b) dopunska: V. Filipović, M. Kostić-Stanković, Odnosi s javnošću, FON, Beograd, 2008.; D. Wilcox, G.L. Cameron , T. Waren, Odnosi s javnošću : strategije i taktike, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006; Sima Avramović: Rhetorike techne – veština besedništva i javni nastup, Službeni glasnik, Beograd, 2009; Bland M., Mondesir S., Promocija na televiziji i radiju, Clio, Beograd, 1995.; Jo Billingham, Giving Presentations, Oxford 2003., London
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Predispitne obaveze Aktivnost u toku predavanja Praktična nastava kolokvijum seminar (opciono umesto pismenog ispita 50 bodova)
Posebne oznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	- Prepoznati i razlikovati modele odnosa s javnošću - Koristiti tehnike za upravljanje odnosima s javnošću - Analizirati i utvrditi javnosti - Uspostaviti dvosmjernu komunikaciju s javnostima - Koristiti alate u odnosima s javnošću - Procijeniti nastajanje krizne situacije