

Студијски програм: Студије новинарства, Социјална политика и социјални рад
Назив предмета: Односи с јавношћу
Наставник/наставници: проф. др Веселин Кљајић, доцент др Марко Недељковић
Статус предмета: Обавезни (Н), изборни (С)
Број ЕСПБ: 6
Услов:
Циљ предмета Предмет обухвата кључне аспекте савремених односа с јавношћу и омогућава студентима да разумеју значај појединачних елемената који су предуслов за успешну комуникацију са свим циљним јавностима и остваривање комуникационих и маркетиншких циљева. На тај начин студенти стичу знања о томе како се интегрисаним комуникацијама и различитим ПР активностима гради и формира имиџ, репутација и идентитет особе, производа или компаније, али и како се остварују други специфични циљеви односа с јавношћу. Крајњи циљ предмета је да студенти буду оспособљени за разумевање појединачних елемената односа с јавношћу и практичан рад у различитим областима, од корпоративних и интерних комуникација, преко односа с медијима и менаџмента догађаја, до кризног ПР-а и адвертајзинга.
Исход предмета Програмом предмета Односи с јавношћу предвиђено је стицање теоријских и практичних знања који ће омогућити дипломираним студентима да се укључе у сваки део процеса који односи с јавношћу обухватају. Кроз предавања посебно ће бити потенциран рад на усавршавању и препознавању вештина којима будући комуникатори треба да се усавршавају. На тај начин ћемо будуће дипломце оспособити за рад у агенцијама које се баве односима с јавношћу и маркетингом, великим компанијама које имају развијене секторе из ове области, државним институцијама и политичким странкама где је потреба за овом врстом кадрова све већа. Студенти ће током курса такође научити и како се пишу комуникациони пројекти и осмишљавају ПР стратегије, што ће им омогућити и разумевање менаџерског посла у овој области и брже напредовање у будућој каријери.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Теоријска настава обухвата следеће: Дефинисање кључних појмова појмова – односи с јавношћу, адвертајзинг, маркетинг, пропаганда, публицитет, брендинг; Односи с медијима – елементи ефикасне и континуиране комуникације са медијима; Корпоративна комуникација – имиџ, репутација, идентитет, стратегије; Интерна комуникација – улога, значај и канали комуницирања; Менаџмент догађаја – креативна употреба догађаја у ПР-у; Употреба нових технологија у комуникацији; Онлајн ПР; Лобирање – начини утицаја на доносиоце одлука; Лични ПР – од идентитета, преко грађења имиџа до репутације личности; Кризни ПР – узроци криза, управљање кризним ситуацијама и стратегије за решавање криза; Вештине писања и презентовања које су потребне професионалцима у области односа с јавношћу; Писање комуникационих пројеката; Истраживање у ПР пројектима – ситуациона, СВОТ и ПЕСТ анализа; Улога и значај креативних решења у ПР пројектима; Евалуација односа с јавношћу и мерење ефеката ПР активности. <i>Практична настава</i> Практична настава обухвата израду комуникационог пројекта током којег се студенти оспособљавају за практичну примену стечених знања на предмету. Кроз извођење практичне наставе студенти такође стичу и потпуније разумевање значаја свих појединачних наставних јединица које се уче у теоријском делу, као и њихову улогу у интегрисаним корпоративним и маркетиншким комуникацијама.
Литература а) Основна: - Tench, Yeomanns, Откривање односа с јавношћу, ХУОЈ, Загреб, 2009. - Катлип, С. М., Сентер, А. Х. и Брум, Г. М., Успешни односи с јавношћу, Службени гласник, Београд, 2006; б) Допунска: - Томић, Зоран, Односи с јавношћу: теорија и пракса, Сунописис, Загреб-Сарајево, 2016. - Блек, Семјуел, Односи с јавношћу, Clío, Београд, 2003;

- Wragg D., Односи с медијима, Clio, Београд, 1996;
- Grunig, Hunt, *Managing Public Relations*, Holt/Rinehart&Winson, New York, 1984.
- Бланд М., Мондесир С., Промоција на телевизији и радију, Clio, Београд, 1995.;
- Jo Billingham, *Giving Presentations*, Oxford 2003.

Број часова активне наставе	Теоријска настава: 45	Практична настава: 15
------------------------------------	------------------------------	------------------------------

Методе извођења наставе

Настава из предмета ће се реализовати као интерактивна настава која обухвата предавања и вежбе, тј. теоријски и практичан део извођења наставе. Остварује се комбинацијом уводних излагања наставника на предмету и укључивања студената за појединачне наставне јединице, како у виду power point и видео презентација, тако и у форми групних дискусија. Биће коришћени материјали и искуства из праксе великих компанија, агенција за односе с јавношћу, политичких странака, као и појединачни примери у форми студије случаја који омогућавају потпуније разумевање значаја и улоге појединачних елемената односа с јавношћу.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	30	усмени испт	30
колоквијум-и	30		
семинар-и			