



PR ŠKOLA FAKULTETA POLITIČKIH ZNANOSTI I INMED INSTITUTA

TEMATSKE CJELINE

1. TRENDVI ODNOSA S JAVNOŠĆU U HRVATSKOJ I SVIJETU

Opis modula

Svrha modula je upoznati polaznike s temeljnim aspektima odnosa s javnošću u cjelini, te im ukazati na razvojne trendove tog zanimanja u Hrvatskoj i svijetu. Odnosi s javnošću jedna je od djelatnosti koja posljednje desetljeće bilježi stalni rast u svijetu i u Hrvatskoj, ali se susreće i sa brojnim pitanjima kao što su: prodavanje magle ili ulaganja u vlastiti uspjeh? PR kao nužnost ili trend? Rad za opće dobro ili za osobne interese? Program modula obuhvaća definiranje i svrhu djelovanja odnosa s javnošću, međuovisnosti sa srodnim disciplinama, razumijevanje ciljnih javnosti, upoznavanje temeljnih vrsta odnosa s javnošću te pravne i etičke aspekte njihova djelovanja.

Tematske cjeline:

- Definiranje, modeli odnosa s javnošću i srodne discipline
- Trendovi razvoja odnosa s javnošću u svijetu i Hrvatskoj
- Utjecaj odnosa s javnošću na društvo – gospodarstvo, politika, neprofitni sektor
- Osobni razvoj djelatnika za odnose s javnošću
- Budućnost struke odnosa s javnošću u Hrvatskoj

2. ODNOSI S MEDIJIMA I HRVATSKA MEDIJSKA SCENA

Odnosi s medijima jedna je od najzastupljenijih i najvažnijih vrsta odnosa s javnošću. Za uspjeh svake kampanje i programa odnosa javnošću, nužno je u potpunosti poznavati način funkcioniranja ključnih medija te njihove komparativne prednosti i nedostatke. Osim sa glavnim medijskim trendovima koji su u svijetu, regiji i Hrvatskoj utjecali na medijske formate u zadnjih 20 godina, polaznici će u sklopu modula biti upoznati sa osnovnim specifičnostima hrvatskih medija, zakonitostima rada s medijima te karakteristikama i posebnostima komuniciranja s tiskom, radijskim i televizijskim postajama. Osim operativnih vještina, predviđeno je savladavanje metoda medijske analitike nužne za kvalitetno planiranje odnosa s medijima.

Tematske cjeline:

- Specifičnosti hrvatskih medija
- Osnovne zakonitosti komuniciranja s medijima
- Redakcijska organizacija i politika: tiskani mediji
- Karakteristike elektroničkih medija; radio i televizija
- Medijska analitika kao osnovni alat PR-a



3. TEHNIKE I ALATI ODNOSA S JAVNOŠĆU

Odnosi s javnošću u svome djelovanju koriste specifične tehnike i alate kako bi ostvarili zacrtane informativne i promotivne ciljeve. Tehnike odnosa s javnošću su mnogobrojne i svakodnevno se prilagođavaju karakteristikama ciljnih javnosti, izazovima tržišta i očekivanjima javnog mnijenja. Primjenjuju se ne samo u komuniciranju s vanjskim javnostima, već i kod internog komuniciranja unutar organizacija. Polaznici će u sklopu ovog modula upoznati sve specifičnosti i praktičnu primjenu komunikacijskih tehnika i alata u odnosima s medijima, ali i ostalim ciljnim skupinama s kojima organizacija svakodnevno komunicira. Posebni naglasak biti će stavljen na ovladavanje tehnikama pisanja za odnose s javnošću.

Tematske cjeline:

- Specifični alati u odnosima s medijima
- Pisana komunikacija u odnosima s javnošću
- Govorne i vizualne tehnike u odnosima s javnošću
- Event management i organizacija konferencija za novinare
- Tehnike internog komuniciranja u odnosima s javnošću

4. STRATEŠKO UPRAVLJANJE ODNOSIMA S JAVNOŠĆU

Upravljanje odnosima s javnošću jedan je od najvažnijih segmenata odnosa s javnošću s kojima se praktičari susreću u svom svakodnevnom radu. Stručnjaci za odnose s javnošću više nisu samo vješti komunikatori nego i lideri koji pomažu svojim organizacijama, ne samo da izgrade i održe odnose sa strateškom javnošću već da uspješno rješavaju konflikte i ostvaruju svoje poslovne, političke ili druge ciljeve. Cilj ovog modula je produbiti znanja polaznika o upravljanju procesima odnosa s javnošću u sva četiri procesa upravljanja: istraživanju i analiziranju aktualne problematike organizacije, stvaranju strateškog plana i komunikacijske strategije, upravljanju komunikacijskim kampanjama i evaluaciji realiziranih aktivnosti.

Tematske cjeline:

- Proces upravljanja odnosima s javnošću organizacije
- Istraživačke metode u odnosima s javnošću
- Strategije i taktike u odnosima s javnošću
- Komunikacijske strategije i komunikacijski planovi
- Metode mjerenja i evaluacije uspješnosti odnosa s javnošću



5. JAVNI NASTUPI, PREZENTACIJSKE VJEŠTINE I NASTUPI U MEDIJIMA

Odavno je poznata iznimna važnost komunikacije za uspješnu međusobnu interakciju pojedinaca. Neverbalna komunikacija oduvijek je jednako važna kao i verbalna, vizualni dojam prevladava važnost samog sadržaja poruke, a sve to nameće potrebu za studioznom pripremom svakog komunikacijskog procesa. Polaznici će u sklopu ovog modula savladati zakonitosti javnih nastupa i nastupa u medijima - kako pripremiti i dati izjavu za radio i televiziju, kako se odjenuti za javni nastup, držati tijelo ili verbalno nadmudriti sugovornika. Posebna cjelina odnosit će se na pripremu i održavanje efikasnih prezentacija koja će polaznicima omogućiti nesmetano održavanje prezentacija u poslovnom i privatnom okruženju.

Tematske cjeline:

- Važnost verbalne i neverbalne komunikacije
- Komunikacija kao alat stvaranja osobnog imidža
- Javni nastupi – govorni i neverbalni dio
- Nastupi u elektroničkim medijima – radio i televizija
- Priprema i održavanje efikasne prezentacije

6. ODNOSI S JAVNOŠĆU I NOVI MEDIJI

S obzirom na sve veću važnost novih tehnologija u svim segmentima društva, ovom je modulu osnovni cilj upoznati polaznike s temeljnim pojmovima novih medija i njihovim ulogama u odnosima s javnošću, posebno u odnosu na razumijevanje promjena koje su se dogodile u profesiji, industriji i tehnologijama. Polaznici će u sklopu modula biti osposobljeni za samostalno korištenje novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija u PR-u, kako u istraživanjima tako i praktičnom radu - priprema i vođenje blogova i Internet stranica, kvalitetno pretraživanje Interneta i evaluiranje pronađenih sadržaja, te priprema kvalitetne prezentacije zadanog sadržaja temeljene na novim programskim rješenjima.

Tematske cjeline:

- Uloga novih medija u praksi odnosa s javnošću
- Oblikovanje efikasnih Internet stranica i blogova
- Pretraživanje i evaluacija Internet sadržaja
- Upotreba novih tehnologija u prezentacijskim procesima
- Uloga kolaborativnih medija u PR kampanjama



7. KORPORATIVNO I KRIZNO KOMUNICIRANJE

Razvoj tržišta i tržišne konkurentnosti korporacija od suvremenih odnosa s javnošću iziskuju posebnu prilagodbu i trajnu inovativnost u iznalaženju novih metoda, tehnika i načina prilagodbe. Cilj ovog modula je stjecanje dodatnih znanja prilagođenih djelovanju u korporativnom okružju; uloge organizacije na tržištu, važnosti njezine interne i eksterne komunikacije te uopće društveno odgovornog ponašanja kao uvjeta tržišnog opstanka. Nadalje, polaznike će se upoznati s načinom kvalitetne i pravodobne pripreme za krizne situacije te zakonitostima komuniciranja s javnošću i medijima u krizama. U sklopu modula obradit će se vrste kriznih situacija, modeli njihovog rješavanja, načini upravljanja kriznim komunikacijskim timovima te studije slučajeva kriznih situacija iz različitih političkih, gospodarskih i ostalih društvenih sektora.

Tematske cjeline:

- Specifičnosti komunikacije u korporativnim sustavima
- Interno i eksterno komuniciranje sa specifičnim ciljnim skupinama
- Upravljanje krizama i komunikacijom u vrijeme krize
- Specifičnosti odnosa s medijima u korporacijama s osvrtnom na krizne situacije
- Studije slučaja kriznog komuniciranja

8. ODNOSI S JAVNOŠĆU U POLITICI

Upoznavanje polaznika s temeljnim pojmovima i pristupima političkoj komunikaciji te pružanje relevantnih informacija o trendovima u političkom marketingu osnovni je cilj ovog modula. Kroz predavanja će se analizirati djelovanje političkih aktera u javnosti (vlasti, stranaka, političara i državnih institucija) te njihove interakcije s medijima. Analizirat će se kako vladajuće i oporbene stranke te drugi politički akteri koriste komuniciranje, kakvi su učinci tog korištenja, te na koncu kakav je utjecaj medija na politički sustav, političke procese i javno mnijenje.

Tematske cjeline:

- Teorije političkog komuniciranja
- Odnosi s javnošću u državnim institucijama
- Obilježja suvremene političke komunikacije
- *Spin* doktori, mediji i strateško upravljanje informacijama
- Trendovi u suvremenim političkim kampanjama