

SADRŽAJ

RECENZIIJA

UVOD

DIO I: ODNOSI S JAVNOŠĆU

1. Istorijat razvoja odnosa s javnošću

2. Definisavanje odnosa s javnošću

3. Funkcije odnosa s javnošću

4. Teorije odnosa s javnošću

4.1 Teorije odnosa

4.2 Kognitivne i biheviorističke teorije

4.3 Teorije masovnog komuniciranja

4.4 Ostale teorije odnosa s javnošću

5. Modeli odnosa s javnošću

5.1 Grunig - Huntuovi modeli odnosa s javnošću

5.2 Model izvrsnost

5.3 Model otvorenih sistema

6. Komunikacija

6.1 Elementi komunikacijskog modela

6.2 Komunikacijski kanali

6.3 Kodiranje, dekodiranje i interpretacija poruke

6.4 Nivoi komunikacije

7. Podjela odnosa s javnošću

7.1 Interni odnosi s javnošću

7.2 Eksterni odnosi s javnošću

8. Instrumenti odnosa s javnošću

8.1 Reklama

8.2 Saopštenje za javnost

8.3 Konferencija za štampu

8.4 Intervju

9. Planiranje i organizovanje odnosa s javnošću

9.1 Planiranje i organizovanje događaja

9.2 Uspješna prezentacija

147	15.1 Proces planiranja odnosa s javnošću
142	15. Odnosi s javnošću u sportu
139	14.1 Funkcije sportskih menadžera
138	14. Sportski menadžment
137	13.4 Društvene funkcije sporta
135	13.3 Društvena struktura sporta
132	13.2 Podjela sporta
130	13.1 Definisane sporta
129	13. Nastanak i razvoj sporta
127	DIO II: SPORTSKO PROPAGANDNI MENADŽMENT
123	12. Društvena odgovornost odnosa s javnošću
121	11.5 Odnosi s javnošću i novinarstvo
120	11.4 Odnosi s javnošću i publicitet
120	11.3 Odnosi s javnošću i oglašavanje
118	11.2 Odnosi s javnošću i propaganda
117	11.1 Odnosi s javnošću i marketing
116	11. Nepravilna tumačenja odnosa s javnošću
110	10.8 Odnosi s javnošću i lobiranje
109	10.7 Odnosi s javnošću u politici i vladi
108	komuniciranja
	10.6.1 Porparoli u odnosima s javnošću i kriznom
106	10.6 Odnosi s javnošću i krizno komuniciranje
101	10.5 Medunarodni odnosi s javnošću
97	10.4.4 Planiranje odnosa sa medijima
95	10.4.3 Novinarstvo i PR
93	10.4.2 Javnost i ciljna javnost
92	10.4.1 Javno mnjenje
90	10.4 Mediji i odnosi s medijima
88	10.3 Interni odnosi s javnošću
86	10.2.2 Korporativni identitet
82	10.2.1 Odnosi s javnošću unutar organizacije
80	10.2 Odnosi s javnošću u korporacijama
77	10.1 Odnosi s javnošću u neprofitnim organizacijama
76	10. Područja primjene odnosa s javnošću

149	16. Marketing u sportu
153	16.1 Upravljanje marketingom i polje istraživanja
157	16.2 Sportski proizvod
159	16.2.1 Sportski imidž
161	16.2.2 Sportski događaj
163	16.2.3 Sportska marka
164	16.2.4 Sportska usluga
166	16.3 Sportsko sponzorstvo
170	16.4 Promocija u sportu
171	16.4.1 Plakativiranje
171	16.4.2 Promovisanje od strane poznatih sportista
172	16.4.3 Mediji u sportu
173	16.4.4 Primjena Interneta
175	Riječnik pojmova
179	Literatura