

UVOD	7
PUBLIC RELATIONS NA TRI NIVOVA 1	9
Funkcija i funkcije PR-a 1.1	9
Model A: Mikronivo 1.2	11
Model B: Mezonivo 1.3	14
Model C: Makronivo 1.4	18
PR: CILJEVI, ZADACI I MESTO U ORGANIZACIJI 2	21
Bliže razmatranje ciljeva 2.1	21
Zadaci PR-a 2.2	27
Oblast specijalističkih zadataka 2.3	40
Oblast specifičnih zadataka 2.4	41
Mesto PR-a u organizaciji 2.5	46
PUBLIC RELATIONS I DRUGI KOMUNIKACIJSKI MODALITETI 3	48
Velika zbrka 3.1	48
Komunikacijski ciljevi kao centralna svrha 3.2	50
Izvedenice i njihove intencije 3.3	50
Šta PR nije a šta jeste 3.4	53
Novi nazivi i pojmovi 3.5	57
ZAŠTO I KAKO JE NASTAO PR 4	60
PR u suštini nije nešto novo 4.1	60
Podsticaji u istoriji PR-a 4.2	61
Neke činjenice i faze 4.3	65
Deo istorije holandskog PR-a 4.4	67
PUBLIC RELATIONS: PLAN I ISPITIVANJE 5	69
Plan PR-a 5.1	69
Istraživanje, mesto u nauci 5.2	73
PUBLIC RELATION: PODRUČJA PRIMENE, OBLICI OBAVLJANJA I TIPOVI IZVOĐENJA 6	79
Područja primene 6.1	79
Forme obavljanja i tipovi izvođenja 6.2	81
Prednosti i mane uključivanja konsultantske agencije PR-a 6.3	83
KRITIKA I ETIKA 7	86
Analiza kritike PR-a 7.1	86
Kodeksi, pravila ponašanja i licenciranje (dobijanje dozvole) 7.2	88
Etika u praksi 7.3	91

ŠKOLOVANJE PRAKTIČARA PR-a 8	95
Školovanje na različitim nivoima 8.1	95
Sadržaj višeg školovanja za PR 8.2	96
BUDUĆNOST PR-a 9	98
UPOZNAVANJE S PRAKSOM 10	104
Tri slučaja iz prakse 10.1	104
Učinci 10.2	107
PRILOZI	115