

# SADRŽAJ

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| RECENZIJA                                          | 7         |
| UVOD                                               | 9         |
| <b>DIO I: ODNOSI S JAVNOŠĆU</b>                    | <b>13</b> |
| 1. Istorijat razvoja odnosa s javnošću             | 15        |
| 2. Definisanje odnosa s javnošću                   | 19        |
| 3. Funkcije odnosa s javnošću                      | 23        |
| 4. Teorije odnosa s javnošću                       | 27        |
| 4.1 Teorije odnosa                                 | 29        |
| 4.2 Kognitivne i biheviorističke teorije           | 33        |
| 4.3 Teorije masovnog komuniciranja                 | 35        |
| 4.4 Ostale teorije odnosa s javnošću               | 36        |
| 5. Modeli odnosa s javnošću                        | 40        |
| 5.1 Grunig - Huntovi modeli odnosa s javnošću      | 41        |
| 5.2 Model izvrsnost                                | 43        |
| 5.3 Model otvorenih sistema                        | 44        |
| 6. Komunikacija                                    | 46        |
| 6.1 Elementi komunikacijskog modela                | 50        |
| 6.2 Komunikacijski kanali                          | 52        |
| 6.3 Kodiranje, dekodiranje i interpretacija poruke | 53        |
| 6.4 Nivoi komunikacije                             | 55        |
| 7. Podjela odnosa s javnošću                       | 59        |
| 7.1 Interni odnosi s javnošću                      | 59        |
| 7.2 Eksterni odnosi s javnošću                     | 60        |
| 8. Instrumenti odnosa s javnošću                   | 61        |
| 8.1 Reklama                                        | 61        |
| 8.2 Saopštenje za javnost                          | 62        |
| 8.3 Konferencija za štampu                         | 63        |
| 8.4 Intervju                                       | 64        |
| 9. Planiranje i organizovanje odnosa s javnošću    | 66        |
| 9.1 Planiranje i organizovanje događaja            | 71        |
| 9.2 Uspješna prezentacija                          | 74        |

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

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