

# 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 Definisiranje 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 Upravljanje 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