

SADRŽAJ:

1.UVOD	1
1.1.Predmet i problem istraživanja.....	1
1.2. Cilj istraživanje.....	1
1.3. Osnovna hipoteza	1
1.4. Struktura rada	1
2.POJAM, ULOGA I ZNAČAJ ODNOSA S JAVNOŠĆU	3
2.1.Nastanak i razvoj odnosa sa javnošću	3
2.2. Definisanje odnosa s javnošću.....	4
2.3. Uloga i značaj odnosa s javnošću.....	6
2.3.1. Uloga i značaj javnosti u odnosima s javnošću	11
2.3.2. Ciljna javnost	12
2.3.3. Borba za pažnju	13
3. KOMUNIKACIJA S JAVNOŠĆU	14
3.1. Komunikacija u odnosima s javnošću	14
3.2. Uticaj medija na društveni život.....	16
3.3.Mjesto i uloga novinarstva u digitalnom modelu komuniciranja.....	19
3.4. Odnosi s javnošću i Internet	22
4. NOVI MEDIJI U FUNKCIJI ODNOSA S JAVNOŠĆU	24
4.1. Društveni mediji	24
4.1.1. Podjela društvenih medija.....	24
4.2. Alati društvenih medija	27
4.3. Društvene mreže u funkciji odnosa s javnošću	28
4.3.1. Facebook.....	29
4.3.2. Instagram	32
4.3.3. Twitter.....	34
4.3.4. YouTube	35
ZAKLJUČAK	37
LITERATURA	38
POPIS SLIKA, TABELA I GRAFIKONA	40