

KRATKI SADRŽAJ

1. DIO: POJAM ODNOSA S JAVNOŠĆU, DJELATNICI ZA ODNOS S JAVNOŠĆU, KONTEKST ODNOSA S JAVNOŠĆU I PODRIJETLO ODNOSA S JAVNOŠĆU 1

- 1. poglavlje: Uvod u suvremene odnose s javnošću 1
- 2. poglavlje: Djelatnici za odnose s javnošću 29
- 3. poglavlje: Odnosi s javnošću unutar organizacije 59
- 4. poglavlje: Povijesni razvoj 101

2. DIO: TEORIJSKI TEMELJI ODNOSA S JAVNOŠĆU 143

- 5. poglavlje: Etika i profesionalizam 143
- 6. poglavlje: Pravna pitanja 179
- 7. poglavlje: Teorijski temelji - prilagodba i adaptacija 219
- 8. poglavlje: Komunikacija i javno mnijenje 249
- 9. poglavlje: Mediji i odnosi s medijima 283

3. DIO: PROCES UPRAVLJANJA 339

- 10. poglavlje: Prvi korak - definiranje problema u odnosima s javnošću 339
- 11. poglavlje: Drugi korak - planiranje i programiranje 369
- 12. poglavlje: Treći korak - poduzimanje akcije i komuniciranje 403
- 13. poglavlje: Četvrti korak - ocjena programa 429

4. DIO: PRAKSA 457

- 14. poglavlje: Poslovne i industrijske organizacije 457
- 15. poglavlje: Vlast i politika 487
- 16. poglavlje: Nefitne organizacije, zdravstvo i obrazovanje 519
- 17. poglavlje: Poslovne udruge, profesionalna društva i radnički sindikati 555

SADRŽAJ

PREDGOVOR XXI

1. DIO: POJAM ODNOSA S JAVNOŠĆU, DJELATNICI ZA ODNOS S JAVNOŠĆU, KONTEKST I PODRIJETLO ODNOSA S JAVNOŠĆU 1

1. POGLAVLJE: UVOD U SUVREMENE ODNOS S JAVNOŠĆU 1

Ciljevi 1

Razvoj pojma 2

Definiranje pojma u praksi 4

Zamjena s marketingom 6

Dijelovi funkcije 9

Publicitet 10 / Oglašavanje 11 / Tiskovna agentura 14 / Javni poslovi 15 /

Upravljanje temama 17 / Lobiranje 19 / Odnosi s ulagačima 21 / Razvoj 23 /

Zamjena termina 23

Na putu prema zrelosti i priznanju 25

Bilješke 27

Dodatni izvori 28

2. POGLAVLJE: DJELATNICI ZA ODNOS S JAVNOŠĆU 29

Ciljevi 29

Broj i raspodjela 30

Gdje rade? 30 / Žene kao nova većina 32

Obrazovanje i priprema 33

Plaće 34

Radni zadaci 36

Uloge 37

Komunikacijski operativac 37 / Stručnjak-propisivaatelj 41 /

Olakšavatelj komunikacije 43 / Olakšavatelj rješavanja problema 44

Što nam govori ispitivanje uloga 44

Operativci nasuprot menadžerima 45 / Utjecaj okoline 46 / Ispitivanje i vrednovanje 47

Skrivene prepreke napredovanju 48

Manjine 49

Profesionalizam 50

Preduvjeti uspjeha 52

Bilješke 54

Dodatni izvori 57

3. POGLAVLJE: ODNOSI S JAVNOŠĆU UNUTAR ORGANIZACIJE 59

Ciljevi 59

Podrijetlo odnosa s javnošću unutar organizacije 60

Osnivanje odjela za odnose s javnošću 61 / Angažiranje vanjskih savjetnika 62

Odnosi s javnošću počinju od vrhunskog menadžmenta 63

Stožerna uloga odnosa s javnošću 65

Uloga u odlučivanju 67

Unutarnji odjel za odnose s javnošću 69

Prednosti unutarnjeg odjela 70 / Nedostaci unutarnjeg odjela 71 / Nazivi i položaji u organizaciji 72

Suradnja s ostalim odjelima 75

Marketing 75 / Pravni poslovi 77 / Ljudski potencijali 79

Tvrtka za vanjsko savjetovanje 80

Tvrtka za odnose s javnošću 81 / Agencije za oglašavanje kao vlasnici tvrtki za odnose s javnošću 84 / Specijalizacija 85 / Razlozi za aranžman vanjske tvrtke 87 / Odnosi između klijenata i tvrtki za odnose s javnošću 89 / Prednosti savjetnika za odnose s javnošću 91 / Nedostaci savjetnika za odnose s javnošću 92 / Troškovi poduzeća za odnose s javnošću 93

Novi pristupi 94

Bilješke 98

Dodatni izvori 100

4. POGLAVLJE: POVIJESNI RAZVOJ 101

Ciljevi 101

Drevno podrijetlo 102

Američki počeci odnosa s javnošću: rođeni u ozračju neprijateljstva i promjene 102

Prije Revolucije 102 / Nezavisnost 103 / Politika i promjene 104

Srednje godine 106

Tiskovna agentura 106 / Političke kampanje 107 / Poslovne prakse 108 / Druge aktivnosti 110

Put prema zrelosti 111

Razdoblje začetaka: 1900 - 1917. 112

Prve tvrtke za odnose s javnošću 113 / Rani pioniri 116 / Ostale utjecajne ličnosti 118 / Razvoj u drugim područjima 121

Doba Prvog svjetskog rata: 1917 - 1919. 122

Procvat u dvadesetima: 1920 - 1929. 123

Rooseveltovo razdoblje i Drugi svjetski rat: 1930 - 1945. 129

Poslijeratna ekspanzija: 1945 - 1965. 132

Doba globalnog informiranja: 1965 - danas 135

Bilješke 136

Dodatni izvori 141

2. DIO: TEORIJSKI TEMELJI ODNOSA S JAVNOŠĆU 143

5. POGLAVLJE: ETIKA I PROFESIONALIZAM 143

Ciljevi 143

Etički temelji 144

Profesionalna etika 144 / Povjerenje kao imperativ 145 / Profesionalne povlastice 145 / Društvena odgovornost 146 / Pozitivne značajke 146 / Negativne značajke 147

Ostali profesionalni temelji 148

Profesionalno obrazovanje 149

Akademski programi 150 / Stalno obrazovanje 152

Istraživanje i korpus znanja 152

Projekt korpusa znanja 153 / Potpora istraživanju 153 / Literatura 154

Dozvole i akreditacije 155

Pravna pitanje 156 / Akreditacije 158

Profesionalne organizacije 159

Američko društvo za odnose s javnošću 159 / Međunarodna udruga poslovnih komunikatora (IABC) 160 / Kanadsko društvo za odnose s javnošću (CPRS) 161 / Institut za odnose s javnošću (UK) (IPR) 161 / Udruga savjetništava za odnose s javnošću (UK) (PRCA) 161 / Međunarodna udruga za odnose s javnošću (IPRA) 162 / Specijalizirane, regionalne i lokalne udruge 162 / Studentske organizacije 165

Etički kodeksi 165

Ususret novim obzorima 173

Bilješke 175

Dodatni izvori 177

6. POGLAVLJE: PRAVNA PITANJA 179

Ciljevi 179

Odnosi s javnošću i Prvi ustavni amandman 182

Komercijalni govor 183 / Korporacijsko političko izražavanje 185 / Izbori 185 / Referendumi i politička pitanja 187

Lobiranje: pravo na peticiju 189

Lobiranje 189 / Pučko lobiranje 190 / Strani agenti 191

Dostupnost medijima 192

Tiskani mediji 192 / Radio i televizija 193

Pristup vladinim informacijama i sastancima 195

Kleveta i privatnost 196

Kleveta 196 / Privatnost 199

Autorsko pravo i trgovačke marke 200

Autorsko pravo 201 / Trgovačke zaštićene marke 203

Odnosi na tržištu rada: komunikacija između sindikata i uprave 204

Predstavnički izbori 204 / Kolektivni pregovori 204

Odnosi s financijskom javnošću 205

Objava informacija 206 / Trgovanje vrijednosnim papirima 207 / Prijevara 209

Ostala pravna pitanja 211

Bilješke 212

Dodatni izvori 216

7. POGLAVLJE: TEORIJSKI TEMELJI:

PRILAGODBA I ADAPTACIJA 219

Ciljevi 219

Ekološki pristup 220

Neki osnovni trendovi i promjene 221

Zaštita okoliša 221 / Reforma zdravstva 223 / AIDS 223 / Globalizacija poslovanja i ekonomije 224 / Globalno komuniciranje u informacijskoj eri 225 / Nova slika obitelji i posla 226 / Gradanska prava i veće ovlasti pojedinaca 227

Praćenje trendova 228

Sustavsko stajalište 228

Pritisци na promjenu iz okoline 230 / Podsustavi i nadsustavi 231 / Organizacije kao sustavi 233

Otvoreni i zatvoreni sustavi 234

Kibernetika u otvorenim sustavima 236

Otvorenosustavski model odnosa s javnošću 240

Bilješke 245

Dodatni izvori 247

Ciljevi 249

Bitka za pozornost 251

Diseminacija nasuprot komunikaciji 251

Elementi komunikacijskog modela 253

Pošiljatelj 253 / Poruka 253 / Medij ili kanal 255 / Primatelji 257 /

Kontekst odnosa 258 / Društvena okolina 259

Učinci procesa 260

Stvaranje percepcija o svijetu koji nas okružuje 260 / Postavljanje prioriteta 260 / Širenje informacija i inovacija 262 / Definiranje socijalne podrške 262

Javnosti i njihova stajališta 263

Definiranje javnog mnijenja 265 / Javnosti 268

Pojedinačne orijentacije i suorijentacije 269

Orijentacija 270 / Suorijentacija 271 / Suorijentacijski konsenzus 272 / Suorijentacijski odnosi 274

Bilješke 276

Dodatni izvori 280

9. POGLAVLJE: MEDIJI I ODNOSI S MEDIJIMA 283

Ciljevi 283

Novi mediji, novi izazovi 285

Mediji za unutarnje javnosti 287

Tiskane riječi 289

Organizacijske publikacije 291 / Pisma 294 / Umeni i privici 295 / Otisnuti govori, sažeci stajališta i "pozadinci" 295 / Oglasne ploče 295

Izgovorene riječi 297

Glasine 297 / Sastanci 297 / Govori i uredi za govornike 298

Slike i riječi 299

Telekonferencija 299 / Televizija zatvorenog kruga (CCTV) 301 / Video i filmske prezentacije, dijapozitivi 302 / Izložci i eksponati 303

Mediji za vanjske javnosti 304

Novine 305 / Novinske agencije i distribucijske mreže vijesti 309 / Časopisi 313 / Radio 315 / Televizija 317 / Kabelaška televizija 322

Rad s medijima 323

Osoba u sredini 323 / Smjernice za dobre odnose s medijima 325 / Smjernice za rad s medijima 330

Bilješke 334

Dodatni izvori 337

10. POGLAVLJE: PRVI KORAK: DEFINIRANJE PROBLEMA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU 339

Ciljevi 339

Proces upravljanja 340

Uloga istraživanja u strateškom planiranju 342

Istraživački stav 343

Slušanje kao sustavno istraživanje 344

Definiranje problema u odnosima s javnošću 344

Opis problema 346 / Situacijska analiza 347

Proces istraživanja 351

Neformalne ili "ispitivačke" metode 352

Osobni kontakti 352 / Ključni informatori 353 / Fokusirane skupine i skupovi mjesne zajednice 353 / Savjetodavni odbori i komisije 355 / Ombudsman 355 / Telefonske kontakt-linije 356 / Analiza pošte 357 / Izvori na Internetu 358 / Izvješća s terena 359

Formalne metode 359

Sekundarna analiza i internetske baze podataka 361 / Analiza sadržaja 362 / Ankete 362

Bilješke 365

Dodatni izvori 366

11. POGLAVLJE: DRUGI KORAK: PLANIRANJE I PROGRAMIRANJE 369

Ciljevi 369

Strateško razmišljanje 370

Odnosi s javnošću kao dio strateškog razmišljanja 371 / Očekivanja poslovnog vodstva 371

Strateško upravljanje 373

Izjave o misiji 374 / Upravljanje pomoću ciljeva 375 / Strategija i taktika 377 / Razlozi za planiranje 378

Pisanje programa 379

Plan programa 380 / Uloga radne teorije 381 / Definiranje ciljanih javnosti 383 / Pisanje specifičnih programskih ciljeva 385

Planiranje provedbe programa 388

Pisanje scenarija za planiranje 388 / Predviđanje katastrofa i kriza 389 / Osnivanje informacijskog centra 391 / Priprema proračuna 394 / Pretprovjera elemenata programa 396 / Prodavanje plana 397

Bilješke 398

Dodatni izvori 400

12. POGLAVLJE: TREĆI KORAK: PODUZIMANJE AKCIJE I KOMUNICIRANJE 403

Ciljevi 403

Akcija i komunikacija 404

Akcijska komponenta strategije 404

Djelovati odgovorno i s razumijevanjem 404 / Usklađivanje akcije i komunikacije 405 / Akcija kao otvorenosustavni odgovor 407

Komunikacijska komponenta strategije 410

Oblikovanje poruke 410 / Semantika 413 / Simboli 415 / Prepreke i stereotipi 417 / Uklapanje svih elemenata u kampanju 419 / Širenje poruke 420 / Razmatranje procesa 423

Provedba strategije 424

Bilješke 425

Dodatni izvori 426

13. POGLAVLJE: ČETVRTI KORAK: OCJENA PROGRAMA 429

Ciljevi 429

Inzistiranje na mjerljivim rezultatima 430

Proces ocjeniteljskog istraživanja 432

Razine ocjene programa 436

Kriteriji i metode pripreme 436 / Kriteriji i metode provedbe programa 442 / Kriteriji i metode učinka 448

Tumačenje i primjena rezultata ocjene 452

Bilješke 454

Dodatni izvori 456

4. DIO: PRAKSA 457

14. POGLAVLJE: POSLOVNE I INDUSTRIJSKE ORGANIZACIJE 457

Ciljevi 457

Odnosi s javnošću u natjecateljskom okruženju 459

Titule u korporacijskom okruženju 460

Korporacijska društvena odgovornost 461

Uvod u sadašnje stanje: problematične 1960-e i 1970-e 461 / Novo razdoblje korporacijske društvene odgovornosti: 1980-e 464 / Nove uloge za odnose s javnošću: 1990-e 466

Poduzetničko dobrotvorstvo 469

Odnosi s financijskom javnošću 473

Odnosi s ulagačima 474 / Godišnja izvješća 475 / Godišnje skupštine 478

Odnosi s potrošačima i "marketinška mješavina" 478

U potrazi za kakvoćom 480

Korporacijska praksa kao model 481

Bilješke 482

Dodatni izvori 485

15. POGLAVLJE: VLAST I POLITIKA 487

Ciljevi 487

Uloga odnosa s javnošću u vlasti 488

Obaviješteno građanstvo 491

Agencija za informiranje Sjedinjenih Država (USIA) 493 / Sudjelovanje građana u vlasti 494

Ograničenja učinkovitih državnih odnosa s javnošću 495

Javna apatija 496 / Nesklonost zakonodavaca spram odnosa s javnošću 499

Odnosi vlasti i medija 502

Dostupnost vlasti medijima 502 / Ovisnost vlasti o medijima 504 / Medijska izvješća o vlasti 506

Vojni odnosi s javnošću 508

Vlada kao poslovna organizacija 512

Odnosi s javnošću u politici 513

Bilješke 515

Dodatni izvori 517

16. POGLAVLJE: NEPROFITNE ORGANIZACIJE, ZDRAVSTVO I OBRAZOVANJE 519

Ciljevi 519

Treći sektor 520

Definiranje neprofitnih organizacija 520 / Dobrovoljni rad i dobrotvorstvo 521 / Nova klima 522

Uloga odnosa s javnošću u neprofitnim organizacijama 525

Zaklade 529

Zdravstvo 529

Zdravstvo u krizi 530 / Odnosi s javnošću kao marketing 530 / Uloga medija 532

Socijalna skrb 534

Obrazovanje 537

Odgovornost i otvorenost 537 / Odnosi s javnošću u javnim školama 538 / Visoko školstvo 542 / Uloga predsjednika koledža u odnosima s javnošću 548

Crkve i druge neprofitne organizacije 548

Bilješke 551

Dodatni izvori 553

17. POGLAVLJE: POSLOVNE UDRUGE, PROFESIONALNA DRUŠTVA I RADNIČKI SINDIKATI 555

Ciljevi 555

Tipovi udruga 556

Udruge i društva 556

Služenje brojnim gospodarima 558 / Doba promjena i napretka 559 / Sve veći značaj odnosa s javnošću 560 / Priroda programa 562

Radnički sindikati 564

Uloga odnosa s javnošću 567 / Problem štrajkova 568 / Izazovi za sindikate 571

Bilješke 572

Dodatni izvori 573

KAZALO 575