

UVOD

Poslovna škola za public relations jedina je ustanova takve vrste u ovom delu Evrope (nekadašnja Istočna Evropa). Po standardima međunarodno priznatih poslovnih škola napravljen je program koji ima za cilj da na optimalan način prenese veštine uspešnog komuniciranja organizacija i pojedinaca. U poslednjih šesnaest godina Škola je obrazovala više od 1800 polaznika, koji danas vode poslove public relations-a, marketinga i pojedinih područja PR-a u najznačajnijim domaćim i stranim organizacijama. Nastavni program napravljen je prema jedinom pravom edukativnom standardu u ovoj oblasti - zlatnom standardu *International Public Relations Association* iz Londona.

CILJEVI POSLOVNE ŠKOLE ZA PUBLIC RELATIONS

Poslovna škola za public relations ima osnovni cilj da u zemlju prenese svetska znanja iz ove oblasti i, našim privrednim i neprivrednim organizacijama, stvori toliko potrebne kadrove iz public relations-a.

Poslovna škola za public relations ima i više dodatnih ciljeva:

- * uspostavljanje svetskih standarda u komunikaciju i uopšte u kulturi života,
- * uspostavljanje public relations-a kao menadžment discipline na najviši nivo u privrednim i neprivrednim organizacijama,
- * kreiranje potrebe u organizacijama za public relations stručnjacima,
- * daljnja specijalizacija ljudi u public relations-u,
- * uspostavljanje veze privrede i medija od obostranog interesa.

NASTAVA

Na savremen način, uz audiovizuelna pomagala i praktične primere prenosi se veština public relations - a. Studije slučaja (case studies) i kreativne radionice (work shops) su sastavni deo svakog predavanja. Kreativne radionice izvode se u manjim grupama pod vođstvom mentora.

Za najuspešnije postoji mogućnost višeg nivoa edukacije - rad u pojedinim projektima u public relations agenciji PRA i vodećim marketing i propagandnim agencijama.

Održavanje nastave:

Poslovna škole za public relations,

Beograd, Požeška 67a, (tel 2546 401, 2546 437, e mail educa@pra.rs)
subota 10,00 - 18,00

DIPLOMA

Učešće u nastavi, uspeh u kreativnim radionicama, zadaci, praktičan rad u PR-u, seminarski rad na kraju prvog semestra i završni rad na kraju drugog semestra, uz stalno praćenje rada polaznika, kriterijumi su za konačnu ocenu. Temu seminarskog rada bira polaznik Škole uz saglasnost Upravnog odbora Škole.

Onima koji sa uspehom završe dva semestra Poslovne škole za public relations dodeljuje se diploma Poslovne škole za uspešno završeno obrazovanje u public relations-u. Oni koji završe samo jedan semestar obrazovanja dobijaju diplomu o završenom prvom nivou obrazovanja u public relations-u. Polaznici koji nisu uspešno završili sve zadatke, kreativne radionice, seminarski rad dobijaju Certificate o pohađanju nastave na Poslovnoj školi za public relations.

USLOVI UČEŠĆA

Uslov za upis su znanja ili iskustvo iz oblasti public relationsa, novinarstva, marketinga ili propagande, i (ili) smisao za tu vrstu posla (komunikativnost, strateški način razmišljanja, kreativnost) i brzo učenje.

Upisnina za školovanje (osnovnom i primenjenom A nivou) za jednog polaznika iznosi 560 Eura (u dinarskoj protivvrednosti na dan uplate). U cenu je uračunata nastava, praktičan rad i skripte predavača.

NASTAVNI PROGRAM

I (osnovni) deo

17.10.2009.

Osnove public relations-a, dr Predrag Vujović

* definicija pojmova * PR i marketing * PR i propaganda * PR i informisanje * menadžment komunikacije * PR u svetu (edukativni film) * studija slučaja *

Kreativna radionica: PR u kriznoj situaciji (konferencija za štampu)

18.10.2009.

Mediji i public relations, Vladan Alimpijević

* savremeni masovni mediji * štampa * televizija * radio * redakcija * podela i vrste medija * komunikacijski kanali i sredstva

Mediji i novinarstvo

* novinarske forme * studija slučaja: funkcionisanje redakcije * kreativno pisanje * vrste novinarskog izražavanja *

Kreativna radionica: pisanje informacija za štampu

24.10.2009.

Marketing i promotivna strategija, dr Predrag Vujović

* osnove marketinga * marketing mix * promotivna strategija i taktika * principi strateškog planiranja promocije * studija slučaja * oglasne kampanje * tržišno komuniciranje * komunikacija ponude i tražnje * šta je marketing ?

Kreativna radionica: promotivne strategije, oglasne kampanje

25.10.2009.

Javno mnjenje i istraživanja, Dejan Radosavljević

* istraživanja javnog mnjenja * istraživanje imidža organizacije * tehnike istraživanja * neutralisanje negativnih i poboljšanje pozitivnih predstava o nama u javnosti * studija slučaja *

Kreativna radionica: istraživanje stavova javnog mnjenja

27.10.2009. (utorak)

Fakultativna gostovanja u medijima

Tanjug – novinska agencija

* organizaciona i programska shema novinske agencije * tehnologija proizvodnje informacija * redakcija * * kako komunicirati sa novinskom agencijom *

Radio Index

* tehnološki proces proizvodnje radio informacija * programska shema * redakcija * režija * studio*

28.10.2009. (sreda)

Danas

* dnevni list * redakcije * tehnologija proizvodnje informacija * obilazak redakcija: Desk, privredna * priprema za štampu *

RTS

* organizaciona i programska shema * tehnologija proizvodnje TV informacija * redakcija * režija * studio * montaža * kako komunicirati sa RTS *

PRIMENJENI (B) NIVO

31.10.2009.

Odnosi sa medijima, Vladan Alimpijević

*institucionalna komunikacija sa medijima *zajedničke akcije sa medijima *studija slučaja: baza medija

Odnosi sa novinarima

podela novinara * oruđa u oblasti odnosa sa novinarima * kako komunicirati sa novinarima * press bilten * press materijali * pisanje u novinarstvu studija slučaja: organizacija konferencije za štampu *

Kreativna radionica: Izrada baze medija mape

Kreativna radionica: Uređivanje Press biltena

Kreativna radionica: Izrada Press materijala

07.11.2009.

Public relations kao korporativna komunikacija, dr Predrag Vujović

* promocija + propaganda + PR = korporativna komunikacija * PR funkcija strateškog menadžmenta * korporativni identitet * korporativni imidž *

Studija slučaja: PR funkcija velikog, srednjeg i malog preduzeća

Kreativna radionica: Uvođenje funkcije public relations - a u organizaciju

14.11.2009.

Interni public relations, dr Predrag Vujović

* korporativna kultura * sredstva internog PR - a * interni list * studija slučaja * motivacija zaposlenih * saradnja HR i Internog PR-a*

Studija slučaja: interni PR u komunalnom preduzeću, Živorad Anđelković

Kreativna radionica i trening

21.11.2009.

Lični Public relations, Ivica Klemenc

* personalne komunikacijske veštine * osobine dobrog komunikatora * verbalna i neverbalna komunikacija * primeri iz prakse: kako komunicirati u pojedinim situacijama *

Neverbalna komunikacija

Kreativna radionica: Trening neverbalne komunikacije

28.11.2009.

Javni odnosi – Vladini odnosi, dr Predrag Vujović

PR grada, regije, države * lobiranje * studija slučaja: PR Vlade Jugoslavije 1989 - 1992. * studija slučaja: Javna edukativna kampanja * studija slučaja: PR grada: Beograd i Novi Sad *

Public Affairs

Case study: PR vladine i nevladine organizacije

Protokol, mr Dušan Putnik

* standardi poslovnog ponašanja * interni protokol * protokol sa stranim gostima * VIP gosti * studija slučaja * diplomatski protokol*

05.12.2009.

Korporativna kultura, dr Nebojsa Janićijević

* pojam organizacione kulture * istraživanja organizacione kulture * studija slučaja *

Poslovno ponašanje - test iz poslovnog ponašanja

Kultura oblačenja, Ašok Murti

*kodeks poslovnog oblačenja * standardi oblačenja poslovnog sveta *

PREDAVAČI

dr Predrag Vujović, predsednik U.O. Poslovne škole za PR

Studije i specijalizacije u Italiji i Holandiji. Profesor na Business School Utrecht (Holandija), Bocconi (Italija), BK fakultet, EF u Zagrebu, Beogradu, Podgorici. Autor svih većih PR kampanja: ZOI Sarajevo 84, Univerzijada Zagreb 87, EXPO Sevilla 92, EP 2005, EXIT festival, promocija reforme Vlade Jugoslavije (Ante Marković). Dugodišnji savetnik Vlada: Rumunije, Crne Gore, BiH, RS za odnose sa javnošću, kao i 78 vodećih domaćih i 20-tak internacionalnih privrednih organizacija. Nosilac Golden World Award for Excellence International Public Relations Association. Ambasador mira UN.

dr Srbobran Branković, direktor TNS Medium Gallup Serbia i član U.O. Poslovne škole za PR

Direktor Centra za javno mnjenje Medium u Institutu za političke studije i rukovodilac Sektora za istraživanje u P. R. A. Beograd. Autor velikog broja domaćih i međunarodnih istraživanja u oblasti javnog mnjenja, public relations - a i marketinga. Autor je knjige "Rađanje javnog mnjenja i političkih stranaka" i "Serbia in war with itself".

dr Tijana Mandić, član U.O. Poslovne škole za PR

Psiholog i profesor na Fakultetu dramskih umetnosti, Beograd. Specijalizacije u SAD i Velikoj Britaniji. Član Međunarodnog udruženja predavača u oblasti transakcione analize. Izdala knjige: "Sudbina tela", "Menjati se, a ostati isti", "Transkciona psihoterapija" i "Komunikologija - psihologija komunikacije".

dr Nebojša Janićijević, docent na Ekonomskom fakultetu

Specijalizacije na Boston University i London Business School. Knjige: "Organizaciona kultura", "Korporativna transformacija" i "Strategijsko upravljanje i organizaciona struktura".

dr Slavko Kovačević, marketing consultant i profesor na Fakultetu za menadžment

Profesor i predavač na fakultetima, specijalističkim studijama za maketing i propagandu Autor brojnih projekata za domaće i strane kompanije u oblastima marketing strategije. Rukovodilac IMC specijalizacije za marketing.

mr Živorad Anđelković, pomoćnik Gradonačelnika Beograda

Dugogodišnji direktor Parking servisa. Magistrirao PR javnih preduzeća sa posebnim osvrtom na Interni PR. Rukovodilac i predavač na specijalizaciji FPN u Beogradu.

mr Dusan Putnik, šef protokola

Dugogodišnji šef protokola u Saveznoj vladi i autor više projekata iz oblasti protokola.

Vladan Alimpijević, Medija direktor u P.R.A. agenciji i urednik TV Avala

Posle specijalizacije iz media u Bolonji (Italija) radio je u Tanjugu, Studiju B, Sky news-u, BBC-u, Nipon TV i agenciji WTN (sata AP TV), ORF, ZDF, UN TV.... Dugogodišnji glavni urednik i urednik NTV Studio B, TV Politika, Danas. Autor je preko hiljadu televizijskih intervjua u serijama NTV Paket, Lična istorija, TV Duel, Presing i Intervju nedelje.

Milorad Jović, član U.O. Poslovne škole za PR

Glavni urednik Radio Beorada 202. Nosilac vise priznanja za novinarski rad. Autor većeg broja medijskih projekata.

Dejan Radosavljević, psiholog, General manager Agencije Mosaic B.C.A.

Specijalista za istraživanje tržišta i javnog mnjenja. Bavi se različitim metodama i oblastima istraživanja tržišta FMCG proizvoda. Realizovao veliki broj istraživačkih projekata većeg broja domaćih i stranih marketing agencija.

Zoran Blažina, grafički dizajner i docent na FPU

Autor mnogih dizajn rešenja, kampanja, predavač na Fakultetu primenjenih umetnosti.

Ashok Murty, stilista

Kreator ličnog stajlinga voditelja i spikera Pink TV i BK TV. Radi projekte za pozorište, film i TV. Kao umetnički direktor učestvovao u većem broju oglasnih kampanja.

Darko Kocjan, radio novinar i voditelj

Dugogodišnji urednik i voditelj Radio Beograda 202, Radio Pingvina, Radio Indexa. Autor mnogih radio spotova i kampanja. Knjige: "Epruveto srećan ti 8. mart", "Kad ja tamo a ono međutim", "Buka u modi".

Tanja Stevanović, urednik i novinar, direktor marketing i PR sektora Zepter Madlenianum

Dugogodišnji novinar, urednik i voditelj brojnih emisija na TV Politika i Radio Pingvinu, direktor marketinga i PR-a u modnim agencijama. Dobitnik godisnje nagrade za PR menadžera godine 2002.

Bane Čale, PR American Chamber of Commerce

Ekspert USAID-a u Srbiji. Učesnik desetine projekata USAID-a u Srbiji, oblast vladine komunikacije sa javnošću.