



UVOD

Poslovna škola za public relations je jedina ustanova takve vrste u ovom delu Evrope. Nastavni program je napravljen prema najnovijim edukativnim standardima međunarodno priznatih poslovnih škola i ima za cilj da prenese veštine uspešne komunikacije organizacija i pojedinaca na optimalan način. U poslednjih dvadeset pet godina, škola je obrazovala više od 2500 polaznika, koji danas vode poslove public relations-a, marketinga i pojedinih područja PR-a u najznačajnijim domaćim i stranim organizacijama. Znanja i veštine koje polaznici stiču u Poslovnoj školi imaju trenutnu upotrebnu vrednost jer ih studenti stiču kroz interaktivnu nastavu i praktične primere uz mentorsku podršku vodećih svetskih i domaćih eksperata.

CILJEVI POSLOVNE ŠKOLE ZA PUBLIC RELATIONS

Osnovni cilj Poslovne škole za public relations je da prenese svetska znanja iz ove oblasti i obrazuje stručnjake iz public relations-a koji su preko potrebni našim privrednim i neprivrednim organizacijama. Poslovna škola za public relations ima i više dodatnih ciljeva:

- da po najvišim edukativnim standardima prenese upotrebna znanja i veštine koje mogu primeniti u svom poslu;
- da polaznici u svojim institucijama i u saradnji sa svojim rukovodstvom podignu kvalitet organizacije internih i eksternih komunikacionih aktivnosti;
- kreiranje potrebe za stručnjacima u organizacijama za public relations kao i dalja specijalizacija ljudi u PR-u i u drugim graničnim oblastima;
- uspostavljanje veze između privrede i medija koja je od obostranog interesa.

NASTAVA

Veština public relations-a prenosi se na savremen način, uz audio-vizuelna pomagala i praktične primere. Studije slučaja (case studies) i kreativne radionice (workshops) su sastavni deo svakog predavanja. Kreativne radionice izvode se u manjim grupama pod vodstvom mentora.

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

Nastava: subotom od 10.00 do 17.00 i nedeljom od 10.00 do 13.30
Mesto: Požeška 67a, Beograd, Poslovna škola za public relations
Kontakt: Tel: 011/2546 401, 011/2546 437
Mob: 062 412 772
E mail: educa@pra.rs, office@pra.rs

DIPLOMA

Konačna ocena se formira na osnovu stalnog praćenje rada polaznika, njihovog učešća u nastavi, uspeha na kreativnim radionicama i zadacima, praktičnom radu u PR-u, kvalitetu seminarskog rada i završnog rada na kraju školovanja.

Temu seminarskog rada bira polaznik 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 PR-a, novinarstva, marketinga, kao i osobine koje bi trebalo da imaju ljudi koji se bave PR-om: komunikativnost, strateški način razmišljanja, kreativnost, spremnost za učenjem i otvorenost za nova znanja i veštine.

Cena školarine za polaznike programa iznosi 560 Eura (u dinarskoj protivvrednosti na dan uplate) i obuhvata skripte predavača, mentorski rad sa profesorima, praktičan rad i sve što je potrebno za nastavu. Detaljan program Poslovne škole prikazan je na sledećim stranama.

Broj polaznika: Broj polaznika je ograničen na 20 izabranih učesnika, a grupe u radionicama su ograničene na 4 ili 5 članova

NASTAVNI PROGRAM



23.03.2024. Subota

Osnove public relations-a, (Predrag Vujović)

* ciljevi i zadaci PR-a * modeli komunikacije * organizacija i rukovođenje komunikacijama * primeri dobre prakse *

Studija slučaja: PR u kriznoj situaciji

Osnove komunikologije

* komunikacioni proces * komunikacioni model * principi uspešne komunikacije * primeri dobre prakse *

Kreativne tehnike i kreativnost / tehnika brain storminga (pripreme za kreativnu radionicu)

Kreativna radionica: PR u kriznoj situaciji/polaznici podeljeni u četiri grupe realizuju zamišljene, ali realne situacije

24.03.2024. Nedelja

Marketing i promotivna strategija (Predrag Vujović)

* osnove marketinga * marketing mix * marketinško / PR mišljenje * organizacija funkcija marketinga i PR-a *

Promotivna strategija

Promotivne aktivnosti i promotivni mix: direktni marketing, lična prodaja, unapređenje prodaje, oglašavanje * plan promotivne strategije *

Studija slučaja: Primeri dobre prakse: PR i marketing u funkciji kampanje* oglasne kampanje *

Kreativna radionica: promotivne strategije, oglasne kampanje

30.03.2024. Subota

Mediji i public relations (Nebojša Ćurčić)

* podela i vrste medija * štampa * RTV * novinske agencije * organizacija redakcija * tehnologija proizvodnje u svakom od medija * medijska scena Srbije *

Novinarstvo

* novinarske forme * studija slučaja * vrste novinarskog izražavanja *

Kreativna radionica: baza medija

Kreativna radionica: pisanje informacija za medije * kreativno pisanje

31.03.2024. Nedelja

Javno mnjenje i istraživanja (Dejan Radosavljević)

* vrste istraživanja u PR-u * istraživanja javnog mnjenja * istraživanje imidža organizacije * tehnike istraživanja * projektovanje istraživanja * kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja medija *

Studije slučaja: istraživanje stavova, istraživanje informisanosti, analize rezultata istraživanja

Kreativna radionica: istraživanje stavova javnog mnjenja / polaznici podeljeni u 4 grupe projektuju 4 vrste istraživanja

Posete medijima / Fakultativna gostovanja u medijima

02.04.2024. Utorak

Novinska agencija (Tanjug / Beta / Fonet)

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

Radio stanica (Radio Beograd / Radio Naxi)

* tehnološki proces proizvodnje radio informacija * programska shema * redakcija * rad i funkcionisanje režije i studija *

03.04.2024. Sreda

Dnevni list (Politika / V. Novosti / Danas)

* dnevni list * redakcija * tehnologija proizvodnje informacija * obilazak delova redakcije: desk, gradska, kultura, privredna * priprema za štampu *

TV stanica (RTS / TV Prva / TV N1)

* tehnološki proces proizvodnje * redakcija * funkcionisanje TV kuće *



06.04.2024. Subota

MODELI ODNOSA SA JAVNOŠĆU (Predrag Vujović)

* jednosmerni i dvosmerni modeli komunikacije * kada i koje modele koristiti * karakteristike svakog od modela * dvosmerno asimetrični i dvosmerno simetrični model * kako organizovati komunikaciju * primeri iz prakse *

JAVNE KAMPANJE

* informativne / edukativne / kampanje uticanja na svest * projektovanje i planiranje kampanje * faze u razvoju kampanje * strategija kampanje * implementacija * kontrola kvaliteta

KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST (Marina Savić)

Studija slučaja: Korporativna društvena odgovornost Atlantic grupe

INTERNE PR KAMPANJE (Marina Savić)

* kako voditi interne PR kampanje * kako internom kampanjom promovisati prave vrednosti kompanije, poželjne karakteristike i osobine zaposlenih, ali i povećati produktivnost, efikasnost *

07.04.2024. Nedelja

KORPORATIVNA KULTURA (Svetlana Mirković Borčić)

* elementi korporativne kulture * vrste korporativne kulture * kako istražiti, analizirati i projektovati poželjnu kulturu * kako stvarati kulturu * promena korporativne kulture iz stanja A u stanje B * primeri iz prakse *

Studija slučaja: Kreiranje korporativne kulture Bel Pagette

Studija slučaja: Faze u kreiranju korporativne kulture za kompanije iz kojih dolaze polaznici

INTERNI KANALI KOMUNIKACIJE

* interni list * zidne novine * interne PR akcije * primeri iz prakse *

Studija slučaja: Team building aktivnosti

13.04.2024. Subota

TV I NASTUP PRED KAMEROM (Mirjana Stefanović i Dejan Rakonjac)

* tehnologija televizije * kako saradivati sa TV kućom * osnove TV tehnike * osnovne karakteristike dobrog nastupa na TV * studio * primeri iz prakse *

TRENING NASTUPA PRED KAMEROM (Mirjana Stefanović i Dejan Rakonjac)

Nastup u studiju: novinar i gost

Analiza nastupa

14.04.2024. Nedelja

PREZENTACIJA (Predrag Vujović)

* priprema za javne nastupe i nastupe u medijima * dramaturgija javnog nastupa * kako voditi komunikaciju, a ne biti vođen * praktični saveti * aktivno slušanje *

GOVORNE VEŽBE I JAVNI NASTUP (Mirjana Stefanović)

Govorne vežbe i treninzi javnog nastupa

20.04.2024. Subota

ORGANIZACIJA DOGAĐAJA (Predrag Vujović)

* osmišljavanje događaja * vrste događaja * primeri iz prakse * izrada scenarija događaja * planiranje + tehnička organizacija događaja * realizacija, kontrola, analiza, merenje efekata *

Studija slučaja: Organizacija nastupa Evropske unije i EU Info centra na Sajmu knjiga u Beogradu

Studija slučaja: Dan otvorenih vrata ambasada država članica EU u Beogradu

RADIO MEDIJ PR-a (Darko Kocjan)

* tehnologija radija * radio stanice * osnovne karakteristike dobrog nastupa na radiju * primeri iz prakse *

Kreativna radionica: nastup na radio stanici – trening

21.04.2024. Nedelja

PR NEPRIVREDNIH ORGANIZACIJA

* public relations društvenih delatnosti * PR u kulturi, sportu, zdravstvu, nauci, obrazovanju * neprivredne organizacije - mediji - država - privreda * kako saradivati sa organizacijama društvenih delatnosti (obrazovanje, nauka, kulturna, zdravstvo, sport) *

Studija slučaja: Marketing i PR strategija KK Partizan

Studija slučaja: PR strategija Zavoda za sport i medicinu sporta R. Srbije

Studija slučaja: Izložba Život i delo Nikole Tesle

Studija slučaja: PR strategija Atlas klinike

Studija slučaja: PR strategija Naučno-tehnološkog parka

FUND RAISING I SPONZORSTVO

* metode za fund raising * organizacija i planiranje fund raisinga * izrada sponzorskih pakata * promocija i prodaja sponzorstava * medijska partnerstva - sponzorstva *

Studija slučaja: Osmišljavanje SOS kanala

Završna žurka / večera na Kalemegdanskoj terasi ili Kafanica ili Klub književnika



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

Studije i specijalizacije u Italiji i Holandiji. Profesor na Business School Utrecht (Holandija), BK fakultet, EF u Podgorici. Autor svih većih PR kampanja: ZOI Sarajevo 84, Univerzijada Zagreb 87, EXPO Sevilla 92, EP 2005, promocija reforme Vlade Jugoslavije (Ante Marković). Dugogodišnji savetnik Vlada u regionu, key expert EUIC EU delegacije u Srbiji, kao i velikog broja domaćih i međunarodnih organizacija. Nosilac Golden World Award for Excellence IPRA, WYBA Istanbul i mnogih drugih domaćih i stranih nagrada.

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".

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", "Transakciona psihoterapija" i "Komunikologija - psihologija komunikacije".

Marko Čadež, predsednik Privredne komore Srbije. Diplomirao na Akademiji za marketinšku komunikaciju u Frankfurtu. Specijalizovao se na međunarodnim programima u Danskoj, Nemačkoj, Bugarskoj. Licencirani je trener za multimedijalno novinarstvo, kao i za stratešku komunikaciju i odnose sa medijima. Bio je dugogodišnji portparol Nemačke ambasade u Beogradu, kao i glavni urednik on line magazine Politikas Konrad Adenauer fondacije u Beogradu, kao i autor više TV emisija.

Vladan Alimpijević, urednik i novinar TV N1

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 intervju u serijama NTV Paket, Lična istorija, TV Duel, Presing i Intervju nedelje.

Nebojša Ćurčić, P.R.A. medija on line consultant

Diplomirao novinarstvo i specijalizirao evropsko pravo u Beogradu i Nansiju, Francuska. Dugogodišnji urednik: Student, Politika, Intervju, Dnevne novine; glavni urednik Trećeg Milenijuma, dopisnik grčke agencije Premium, medija konsultant Telekom Srbija. Dugogodišnji urednik Trident media on line izdanja (www.nadlanu.com; www.mondo.rs...) Predsednik Asocijacije za EU integracije.

Tatjana Mamula, profesor na Univerzitetu Metropolitan na marketinškim predmetima. Sertifikovani NLP business trainer, CEFE trainer, PCM coach i Points of you train of trainers. Više od 17 godina vodila MASMI agenciju za istraživanja u markegingu i PR-u.

Dejan Radosavljević, psiholog, istraživač javnog mnjenja Strategic Marketing

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.

Svetlana Mirković Borčić, međunarodni ekspert za internu komunikaciju i HR

Trener internih komunikacija i HR u Srbiji, Rumuniji, Bugarskoj, Turskoj, Skandinaviji, Islandu, Americi i Indoneziji. Dugogodišnji direktor internih komunikacija i HR u farmaceutskim kompanijama Phoenix Pharma i Actavis) zamenik direktora American Chamber of Commerce

Ivica Klemenc, profesor Scenskog nastupa

Dugogodišnji glumac i režiser, trener za javne nastupe i profesor na više fakulteta za dramsku umetnost. Trener za javne nastupe javnih ličnosti. Između ostalog pripremao voditelje Evrovizije i učesnike za Evropsko lice na RTS-u.

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, urednik Radio Beograd 202

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".

Lazar Odanović, konsultant i ekspert međunarodnog protokola

Dugogodišnji šef protokola u Skupštini grada Beograda i Privrednoj komori Srbije.

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

Dugogodišnji urednik RTS-a, glavni urednik Radio Beograda 202, urednik RTS on line izdanja. Nosilac više priznanja za novinarski rad. Autor većeg broja medijskih projekata.

Gosti predavači:

Simona Mirela Miculescu, Šef kancelarije Ujedinjenih nacija (UN) u Srbiji

Ekspert za međunarodni PR, međunarodne odnose, javne odnose (Public Affaires) i komunikaciju. Dugogodišnji diplomata sa službama u više država, kao i u centrali UN-a u New Yorku. Imenovana je za prvu ženu koja je postala ambasador. Pre toga dugogodišnja glasnogovornica Vlade Rumunije, prefosor Međunarodnog PR-a. Osnivač Rumunskog udruženja za PR.

Antonije Pušić, interaktivni kreativac

Predavač iz oblasti Kreatologije, verovatno poznatiji kao Rambo Amadeus, dugogodišnji je muzičar, kompozitor, pisac tekstova, autor, jednom rečju: umetnik. Kreator je mnogih kampanja iz oblasti ekologije i odgovornog ponašanja prema prirodi i prirodnim resursima. Ambasador UNICEF-a.

Tony Meehan, međunarodni PR ekspert

Dugogodišnji izvršni direktor IPRA, jedan od vodećih svetskih stručnjaka u oblasti korporativne komunikacije. Dva puta dobitnik najvećeg svetskog priznanja u public relationsu – Golden World Award for Excellence. Član je Upravnog odbora Poslovne škole za PR.

Chris Farmer, međunarodni PR ekspert

Direktor MACH IV Consulting, profesor komparativne književnosti, lektor u skema Business School u Kini, kolumnista u Politici i blogger na B92. Jedan od osnivača Executive Group agencije i Farmer and Spajić PR agencije.

Istok Pavlović, ekspert za online komunikacije

Osnivač i direktor agencije za internet consulting Like Media, suosnivač nekoliko web sajtova i kreativni direktor mnogih virtualnih kampanja. Radi kao profesor Web marketinga na Fakultetu za medije i komunikacije "Singidunum" i piše satirične tekstove na sajtu Njuz.net.