



GENERACIJU

UPISUJE



UVOD

Poslovna škola za public relations jedina je ustanova takve vrste u zemljama Zapadnog Balkana. Program ima za cilj da na optimalan način prenese veštine uspešnog komuniciranja organizacija i pojedinaca. U poslednjih tridesettri godine Škola je obrazovala više od 2800 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 najnovijim edukativnim standardima. Vodeći domaći i strani eksperti uključuju polaznike kroz interaktivnu nastavu sa mnogo praktičnih primera, a sve sa ciljem da se znanja i veštine koje polaznici stiču u Školi prenesu u organizacije iz kojih dolaze.

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:

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

NASTAVA

Na savremen način, uz audio-vizuelna pomagala i praktične primere, prenosi se veština public relations-a. 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
Mob: 062 412 772
E mail: educa@pra.rs

DIPLOMA

Učešće u nastavi, uspeh u kreativnim radionicama, zadaci, praktičan rad u PR-u, seminarski rad i završni rad na kraju školovanja, uz stalno praćenje rada polaznika, kriterijumi su za konačnu ocenu. 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 programa koji je prikazan u na sledećim stranama za jednog polaznika iznosi 560 Eura (u dinarskoj protivvrednosti na dan uplate). U cenu je uračunato sve: nastava, praktičan rad, skripte predavača, mentorski rad sa profesorima.

Broj polaznika: Jednu generaciju čini 20 izabranih polaznika, a grupe u radionicama su od 4 do 5 članova.



21.03.2026. Subota

Osnove public relations-a, (dr 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

22.03.2026. Nedelja

Marketing i promotivna strategija (dr 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 * Kreativna strategija *

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

Kreativna radionica: promotivne strategije, oglasne kampanje

28.03.2026. 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

Kreativno pisanje

Kreativna radionica: pisanje informacija za medije * kako pisati za medije *

29.03.2026. 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

31.03.2026. Utorak

Tanjug / Beta – novinske agencije

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

Radio Beograd / Radio Naxi – radio stanice

* tehnološki proces proizvodnje radio informacija * programska shema * redakcija * rad i funkcionisanje režije i studija * interaktivna komunikacija sa urednicima radio stanice *

01.04.2026. Sreda

Danas / Blic / Politika / Novosti – dnevni list

* dnevni list * redakcija * tehnologija proizvodnje informacija * obilazak delova redakcije: desk, gradska, kultura, privredna * priprema za štampu * interaktivna komunikacija sa urednicima dnevnog lista *

RTS / TV Nova / Euronews / Newsmax Balkans - TV stanica

* organizacija rada TV stanice * redakcija * tehnologija proizvodnje informacija * obilazak delova redakcije * upoznavanje sa urednicima TV stanice * interaktivna komunikacija sa urednicima dnevnog lista *



04.04.2026. Subota

Korporativna komunikacija (dr Predrag Vujović)

* PR funkcija strateškog menadžmenta * korporativni identitet / korporativni imidž * misija * vizija * principi na kojima se gradi dugoročna i kratkoročna strategija komunikacije *

Strategija komunikacije

* ciljevi komunikacije * bazični principi uspješne komunikacije * izrada strategije * oruđa komunikacije sa raznim javnostima * program aktivnosti * izrada akcionog plana *

Studija slučaja: Metodologija izrade strategije komunikacije i akcionog plana

Organizacija komunikacije organizacije

* faze u uvođenju/reorganizaciji PR funkcije * najnoviji trendovi u organizaciji PR funkcije * kako da se PR postavi unutar organizacije *

Kreativna radionica: Uvođenje/reorganizacija funkcije public relations-a u organizaciju

05.04.2026. Nedelja

Interni public relations (dr Predrag Vujović, Marina Savić)

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

Studija slučaja: Kampanja korporativne društvene odgovornosti Atlantic / Štark (Marina Savić)

Studija slučaja: interni PR preduzeća

Kreativna radionica: Kampanje internog PR-a

11.04.2026. Subota

Odnosi sa medijima (Nebojša Čurčić)

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

Odnosi sa novinarima / Susret 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 *

Informacija za medije / Kreativno pisanje (Dimitrije Bukvić)

* pravila pisanja informacija za medije * poštovanje novinarskih pravila * kako privući pažnju * primeri uspješne prakse *

Kreativna radionica: Izrada baze medija mape

Kreativna radionica: Pisanje informacije za medije

12.04.2026. Nedelja

On line kampanje (Nebojša Čurčić, Zoran Torbica, Damir Kokeza)

* strategija on line komunikacije * kampanje na društvenim mrežama * Facebook * Twitter * Instagram * Pinterest * LinkedIn * You Tube * primeri iz prakse: kako komunicirati u pojedinim situacijama * strategije on line komunikacije u kriznim situacijama * On line i Off line komunikacija *

Studije slučaja: Kampanje na društvenim mrežama

Umetna inteligencija i PR

* koja oruđa postoje * kako se može koristiti AI u PR-u * primeri iz prakse *

Studije slučaja: Umetna inteligencija i kreativne strategije

Kreativna radionica: Izrada baze medija mape

18.04.2026. Subota

Organizacija događaja (dr Predrag Vujović, Damir Kokeza)

* ciljevi - koncept - scenario događaja * organizacija i rukovođenje svim funkcijama događaja * primeri iz prakse: poslovni događaj / konferencija / protokolarni događaji / javni događaji / medijski događaji *

Protokol (Lazar Odanović)

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

Kultura oblačenja (Ašok Murti)

* kodeks poslovnog oblačenja * standardi oblačenja poslovnog sveta *

19.04.2026. Nedelja

Public Affairs - Javni odnosi - Vladini odnosi (dr Predrag Vujović)

* PR države * PR grada * PR regije * međunarodna promocija * kako organizovati komunikaciju sa javnošću grada, države, međunarodne organizacije *

Međunarodni PR (gosti predavači)

Lobiranje u Srbiji / Lobiranje u EU

* Koga i kako lobirati? Strategija lobiranja * karakteristike lobiste * kreiranje networkinga * vođenje networkinga *

Studija slučaja: Elementi brenda Švedske države (Slavica Marković Sandić, PR Švedske ambasade)

Studija slučaja: Organizacija Informativnog centra Evropske unije

Studija slučaja: Javna edukativna kampanja za privatizaciju u Crnoj Gori

Studija slučaja: PR grada

Kreativna radionica: Međunarodni PR Srbije / PR grada / PR regije



PREDAVAČI

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 marketingu i PR-u.

Damir Kokeza, direktor marketinga američke kompanije Crionis Diplomirani inženjer informatike, sa više od 20 godina iskustva u domaćim i međunarodnim kompanijama. Kreativni direktor u većem broju nagrađivanih kampanja. Autor preko sto online projekata i kampanja, organizator velikog broja međunarodnih festivala i događaja.

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. Dugodišnji 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 Dugodišnji 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 Kreativologije, 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.