

Naziv studija:	Poslijediplomski sveučilišni doktorski studij Mediji i komunikacija
Naziv predmeta:	Upravljanje odnosima s javnošću
Nositelj predmeta:	prof. dr. sc. Zoran Tomić/doc. dr. sc. Đorđe Obradović
Status:	Izborni
Modul:	Teorija
ECTS:	5
Broj sati nastave (P+S):	10+10
Sadržaj predmeta:	Uočavanje i definiranje problema u upravljanju odnosima s javnošću. Uloga istraživanja u strateškom planiranju. Analiza situacije (okruženja). Analiza izvora informacija, sadržaja i konteksta. Upravljanje procesom istraživanja u odnosima s javnošću. Oblikovanje istraživačkih instrumenata. Kvantitativni, kvalitativni i holistički elementi za istraživanje stavova ili imidža. Izrada kategorijalne sheme, određivanje jedinice Planiranje i programiranje upravljanja odnosima s javnošću. Strateška analiza, promišljanje i koncepcija upravljanja odnosima s javnošću. Provedba strateškog upravljanja odnosima s javnošću. Upravljanje hibridnim komunikacijskim procesima u odnosima s javnošću.
Ciljevi predmeta:	Pripremiti doktorande na uočavanje i definiranje problema, uloge istraživanja u strateškom planiranju i koncepcijama upravljanja odnosima s javnošću. Poseban naglasak stavlja se na analizu unutarnjeg i vanjskog okruženja organizacije kako bi se učinkovito upravljalo ljudima, procesima i pojavama s ciljem postizanja željenog odnosa ciljnih javnosti prema organizaciji.
Ishodi učenja na razini predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. poznavati teorijske i metodološke probleme u području odnosa s javnošću,</li> <li>2. vrednovati znanstvenu literaturu u području odnosa s javnošću,</li> <li>3. analizirati stanje odnosa organizacije prema ciljnim javnostima, uočiti prednosti i nedostatke i osmisliti koncepciju budućeg djelovanja;</li> <li>4. provoditi istraživanja i na osnovi njih strukturirati kadrovske, sadržajno i tematski upravljanje odnosima s javnošću organizacije;</li> <li>5. kreirati strateški komunikacijski plan i u njega uklapati taktičke komunikacijske planove organizacije;</li> <li>6. upravljati kampanjama odnosa s javnošću.</li> </ol>
Popis literature:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obradović, Đorđe i Bogdanović, Medo, Ivana: Holistički odnosi s medijima organizacija u kulturi, Medianali 7, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik</li> <li>2. Tomić, Zoran: Odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb - Sarajevo, 2016.</li> <li>3. Tomić, Zoran: Politički odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, 2017.</li> </ol> <p><u>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</u></p> <p>Green, Andy: Kreativnost u odnosima s javnošću, HUOJ, Zagreb, 2007.</p> <p>Obradović, Đorđe i Bogdanović, Medo, Ivana: Holistički odnosi s medijima organizacija u kulturi, Medianali 7, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2010., str. 73. do 90.</p> <p>Obradović, Đorđe: Komparativna analiza utjecaja medijski posredovanih političkih kampanja na birače, Kultura komuniciranja, 3, FFMO, Mostar, 2014., str. 167. do 183.</p> <p>Tomić, Zoran: Politički marketing, Synopsis, Mostar – Zagreb – Sarajevo, 2014</p>

	<p>Weintraub, A., Pinkleton, B.: Strategic Public Relations Management-Planning and Management Efective Communication Programs, LEA pub., Mahwah, 2001.</p> <p>Wilcox, D., Cameron, G. T.: Public Relations, Strategies and Tactits, Pearson, Boston, 2009.</p>
--	---