

Seminar 01. decembar 2011. KSS

Upotreba PR-a u izgradnji identiteta, imidža i reputacije vaše orgaizacije

Identitet i imidž neke kompanije, organizacije, insitutcije ili pojedinca će se formirati čak i ako ništa ne činimo. Pitanje da li ste spremni da preuzmete rizik da se zbog vašeg nemara slika u javnosti o vama ili vašoj kompaniji, organizaciji, inistituciji drastično razlikuje od onoga što stvarno predstavljate?

0.1. Identitet - imidž

- Definicija
- Merenje imidža
- Ko predstavlja organizaciju

0.2. Uloga PR u izgadnji identiteta, imidža i reputacije

- Šta su odnosi s javnošću
- Utvrđivanje ciljeva odnosa s javnošću
- Organizacija specijalnih događaja i poslovni protokol
- Odnosi sa medijima

0.4. PR u kriznim situacijama

- Tehnike komuniciranja u kriznim situacijama

0.5. Uloga PR u repositioniranju imidža

- Zašto "rebranding"
- Definisane novog imidža
- Definisane strategija i taktika
- Sprovođenje "rebrending" kampanje

0.6. Odnosi s medijima u kreiranju imidža

- Vrste i karakteristike medija
- Osnovna sredstva / alati za uspostavljanje odnosa sa medijima
- Planiranje medijske kampanje i formulisanje ključne poruke
- Tehnike i sredstva odnosa sa medijima

0.7 Evaluacija i merenje efikasnosti i efektivnosti odnosa s javnošću