

## Odnosi s javnošću 2018 - koncept domaćeg zadatka

Domaći zadatak obuhvata četiri faze:

1. Formiranje timova i predlog teme
2. Predlog PR aktivnosti
3. Realizacija kampanje
4. Prezentaciju izveštaja

### 1. Formiranje timova i predlog teme

Potrebno je formirati tim koji će osmisliti i delom realizovati kampanju Odnosa s javnošću. Svaki tim broji po 5 članova. Timovi se prijavljuju do 5. marta putem linka objavljenog na stranici predmeta. Svaki tim predlaže do tri teme za PR kampanju. Svaku temu kampanje je potrebno obrazložiti u najviše 400 reči.

### 2. Predlog PR aktivnosti

Svaki tim ima obavezu da dostaviti PREDLOG aktivnosti kampanje prema strukturi predloženoj u nastavku. Predlog dostaviti na najviše dve A4 strane najkasnije do 26. marta putem mejla [katedra.marketing@fon.bg.ac.rs](mailto:katedra.marketing@fon.bg.ac.rs).

(font Calibri Light, veličina 11, pored 1.15, bez prostora pre i posle paragrafa).

1. **Analiza situacije i povod za sprovođenje kampanje;**
2. **Ciljevi kampanje, ciljne javnosti i predlog ključnih poruka;**
3. **Oblasti odnosa s javnošću i u okviru njih predložiti aktivnosti koji će biti sprovedene** (potrebno je predložiti i realizovati aktivnosti iz najmanje 3 oblasti odnosa s javnošću koje se navode u udžbeniku)
4. **Identifikovati moguće krize i rizike tokom realizacije PR kampanje.**
5. **Predložiti termin plan za navedene aktivnosti**

### 3. Realizacija kampanje

Aktivnosti kampanje je potrebno realizovati u periodu od 2. aprila do 15. maja, prema predloženom i odobrenom planu.

### 4. Prezentacija izveštaja kampanje

Izveštaj o realizovanoj kampanji potrebno dostaviti nedelje 20. maja, prema predloženoj strukturi. Izveštaji svih timova biće prezentovani tokom poslednje dve nedelje nastave.

Struktura Izveštaja: **biće naknadno objavljena.**

**Dodatak:**

Moguće teme za domaći zadatak:

- Kampanja za poboljšanje uslova boravka u prihvatilištima (u okviru Zavoda za vaspitanje dece i omladine)
- Kampanja za prikupljanje stvari i garderobe koji se ne koriste
- Kampanja za odgovorno vlasništvo nad kućnim ljubimcima
- Kampanja za "pet friendly" kafiće u okolini fakulteta
- Kampanja za veće uključivanje studenata u dizajn i uređenje Fakulteta
- Kampanja za povećanje dobrovoljnog davanja krvi
- Kampanja za podizanje svesti o uslovima studiranja osoba sa specijalnim potrebama
- Kampanja za povećanje kolegijalnosti među studentima FON-a.
- Kampanja za suzbijanje kulturnog kiča među mladima.
- Kampanja za čitanje knjiga u slobodno vreme.