

Korporativne komunikacije 2024/25 - koncept projektnog zadatka

Potrebno je formirati tim koji će osmisлити kampanju Odnosa s javnošću. Svaki tim broji četiri ili pet članova. Prijavu timova je moguće izvršiti:

- Grupno putem [linka](#);
- Individualno putem [linka](#);

Zahtevi projektnog zadatka

1. Analiza situacije i povod za sprovođenje kampanje; prikazati rezime prethodno sprovedenih kampanja na istu ili sličnu temu; zaključak analize i definisanje komunikacionih izazova;
2. Ciljevi kampanje;
3. Ciljne javnosti i predlog ključnih poruka za svaku od javnosti;
4. Funkcionalne oblasti odnosa s javnošću i u okviru njih predložiti aktivnosti koji će biti sprovedene (potrebno je predložiti i realizovati aktivnosti iz najmanje tri funkcionalne oblasti odnosa s javnošću koje se navode u udžbeniku); Detaljno objasniti predložene aktivnosti, način njihove realizacije i navesti resurse neophodne za realizaciju; Navesti potencijalne partnere i način saradnje sa njima (prikazati upit za saradnju);
5. Identifikovati moguće krize i rizike tokom realizacije PR kampanje; Predložiti osnovni plan kriznih komunikacija u slučaju da se neki od tih rizika pretvore u krizne situacije i pripremiti saopštenje za javnost tim povodom;
6. Predložiti termin plan za navedene aktivnosti;
7. Predložiti načine evaluacije kampanje kroz ključne indikatore performansi, kojima se ostvaruju definisani ciljevi (najmanje četiri indikatora).

Teme za projektni zadatak

(SVAKOM TIMU JE UNAPRED DODELJENA TEMA):

- Kampanja za promociju upisa na master akademske studije na Fon-u;
- Kampanja odnosa s javnošću Naucnotehnoloskog parka Cacak;
- Kampanja za odgovorno vlasništvo nad kućnim ljubimcima;
- Kampanja za unapređenje pristupačnosti i uslova studiranja osoba sa specijalnim potrebama;
- Kampanja za povećanje kolegijalnosti među studentima FON-a;
- Kampanja za suzbijanje kulturnog kiča među mladima;
- Kampanja za promociju čitanja knjiga u slobodno vreme;
- Kampanja za suzbijanje mobinga zaposlenih;
- Kampanja za podizanje svesti o značaju korišćenja sigurnosnog pojasa pri vožnji;
- Kampanja za odgovorno ponašanje pešaka u saobraćaju;
- Kampanja za odgovorno ponašanje motociklista u saobraćaju;
- Kampanja za poštovanje biciklista u vožnji i pravljenje novih biciklističkih staza;

- Kampanja za toleranciju i podršku početnicima vozačima u saobraćaju;
- Kampanja za preventivne zdravstvene preglede mladih;
- Kampanja za pozivanje mladih da se uključe u političko odlučivanje izlaskom na izbore;
- Kampanja protiv vršnjačkog nasilja;
- Kampanja protiv digitalnog nasilja;
- Kampanja za ličnu društvenu odgovornost (pomoć ugroženim grupama stanovništva – starima, osobama sa invaliditetom...);
- Kampanja za ekološku odgovornost (recikliranje, štednja energije..);
- Kampanja za solidarnu kuhinju (<https://solidarnakuhinja.org/>);
- Kampanja za Zakon Roditelj Negovatelj (<https://paragraflex.rs/dnevne-vesti/120618/120618-vest12.html>).

Tehnička pravila i odbrana projektnog zadatka:

- Projektni zadatak se postavlja unutar Teams platforme, u formi prezentacije (PPT/Canva);
- Prezentacija treba da ima minimum 20, a maksimum 30 slajdova;
- Lider tima postavlja prezentaciju unutar *Teams* platforme najkasnije do **cetvrtka 28. novembra**;
- Odbrane projektnih zadataka odvićaće se uživo, tokom termina vezbi poslednje 4 nedelje decembra;
- Termin postavljanja prezentacije će blagovremeno biti objavljen.