***Korporativne***

***komunikacije***

***ZA PRIMER***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

<www.korporativnekomunikacije.rs>

**Poštovani,**

U cilju unapređenja saradnje i sistemske razmene znanja i veština između profesionalaca iz prakse, predstavnika akademske zajednice i studenata, Fakultet organizacionih nauka iz Beograda i Fakultet tehničkih nauka iz Novog Sada, nastavljaju sa izdavanjem knjige sa najboljim primerima dobre komunikacione prakse, ove godine pod nazivom „**Korporativne komunikacije za primer**“.

Knjiga se objavljuje od 2011. godine, jednom u dve godine, i sadrži prikaze uspešnih komunikacionih projekata i kampanja iz Srbije i regiona. “Korporativne komunikacije za primer" su idealna prilika da profesionalci upoznaju studente visokoobrazovnih institucija, ali i sve pojedince zainteresovane za profesionalni razvoj, istraživanje i usavršavanje u ovoj oblasti, sa izuzetnim komunikacionim strategijama i taktikama, kao i najaktuelnijim izazovima, mogućnostima i trendovima u praksi strateških komunikacija.

Objavljivanjem projekta/kampanje iz oblasti interne komunikacije, digitalne komunikacije, korporativne društvene odgovornosti, krizne komunikacije ili integrisanih komunikacionih kampanja vaše organizacije u knjizi “Korporativne komunikacije za primer” doprinosite:

* unapređenju procesa obrazovanja i usavršavanju studenata - budućih stručnjaka za korporativne komunikacije, odnose s javnošću i marketing,
* razmeni znanja i iskustva između različitih sektora koji se bave komunikacijama u/između organizacija,
* afirmisanju struke u zemlji i regionu,
* i promociji uspeha vaše organizacije u odgovoru na komunikacijske izazove savremenog poslovanja.

Za prijavu primera dobre prakse u ovoj knjizi se ne plaća kotizacija. Organizacija koja je prijavila projekat/kampanju, a koji bude odabran za objavljivanje, učestvuje u troškovima realizacije projekta i štampanju knjige sa iznosom od 39.000 dinara plus PDV.

Obrazac za prijavu nalazi se u nastavku ovog dokumenta. U celosti popunjen obrazac potrebno je dostaviti **do 15. septembra 2018.** Proces selekcije trajaće najduže 15 dana, nakon čega će urednice autorima odabranih primera tražiti eventualne dopune materijala u cilju što kvalitetnijeg prikaza kampanje u knjizi. Za sve dodatne informacije o knjizi i prijavi pišite na info@korporativnekomunikacije.rs ili danijelalalic@uns.ac.rs

Radujemo se saradnji i na ovom projektu.

Srdačan pozdrav,

dr Tamara Vlastelica i dr Danijela Lalić
Urednice

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | ***Korporativne*** ***komunikacije*** ***ZA PRIMER*** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta/Kampanje** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv organizacije/kompanije/agencije: |  |
| Podaci o organizaciji (adresa i sedište): |  |
| Lice ovlašćeno za prijavu i odobrenje publikovanja primera: |  |
| Kontakt osoba: |  |
| Kontakt podaci: |  |

|  |
| --- |
| Kratak opis organizacije - delatnost i poslovni rezultati (100-200 reči) |

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| Kratak opis agencije - delatnost i poslovni rezultati (100-200 reči) |

|  |
| --- |
| Navode se podaci ukoliko je agencija navedena kao jedan od nosilaca projekta/kampanje  |

|  |
| --- |
| Za koju oblast prijavljujete primer projekta/kampanje?  |

[ ]  Interne komunikacije

[ ]  Krizne komunikacije

[ ]  Organizacija događaja

[ ]  Korporativna društvena odgovornost

[ ]  Integrisane komunikacije

[ ]  Komunikacije na internetu i društvenim medijima

[ ]  Drugo: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| U kojoj kategoriji prijavljujete primer projekta/kampanje?  |

[ ]  Korporativne komunikacije (preduzeća preko 500 zaposlenih)

[ ]  Korporativne komunikacije (mala i srednja preduzeća)

[ ]  Javni i neprofitni sektor

|  |
| --- |
| Kratak opis projekta/kampanje (200-300 reči) |

|  |
| --- |
| Predstaviti projektni zadatak - početni zahtev klijenta i obrazloženje za izmene zadatka koji je finalno prihvaćenJasno naglasiti cilj, strategiju i kratak sadržaj kampanje |

|  |
| --- |
| Istraživanje i planiranje |

Analiza situacije i opis istraživanja koje je sprovedeno za potrebe komunikacione kampanje/projekta (200-300 reči)

|  |
| --- |
| Kako je knjiga namenjena studentima, molimo vas da navedete sve relevantne informacije i analize koje su prethodile definisanju strategije i izboru taktika |

Cilj(evi) projekta/kampanje i ciljne javnosti (do 200 reči)

|  |
| --- |
| Navesti ciljeve: primarne - sekundarne, opšte – specifičneNavesti ciljne javnosti prema odabranom kriterijumu |

Strategija projekta/kampanje (do 100 reči)

|  |
| --- |
| Kratak opis strategije u skladu sa postavljenim ciljevima i ciljnim javnostima |

|  |
| --- |
| Implementacija projekta/kampanje |

Predložene taktike projekta/kampanje (1000-1200 reči)

|  |
| --- |
| Tehnike, poruke i kanali komunikacije, kreativna rešenja.Plan aktivnosti i terminski plan |

Nepredviđeni izazovi sa kojima ste se susretali tokom realizacije projekta/kampanje (100-200 reči)

|  |
| --- |
| Izazov – razlog nastanka, mere koje su preduzete, uticaj na tok i ishod kampanje. |

|  |
| --- |
| Evaluacija projekta/kampanje |

Koji su efekti kampanje u odnosu na postavljene ciljeve? (200-300 reči)

|  |
| --- |
| Ostvareni efekti i postignuti rezultati za svaki od postavljenih ciljeva u skladu sa ciljnim javnostima na koje se odnose |

|  |
| --- |
| Zaključak i preporuke |

Doprinos koji čini komunikaciju posebnom i buduća delovanja (100-200 reči)

|  |
| --- |
|  |

Preporuke za literaturu i internet izvore

|  |
| --- |
|  |

Navode citirati po uzoru na navedene primere:

*Knjige*

Lalić, D., & Vlastelica Bakić, T. (2015). Primeri dobre prakse odnosa s javnošću 2015. Novi Sad: FTN - Grafički centar GRID.

*Časopisi*

Claeys, A.S., & Cauberghe, V. (2012). Crisis response and crisis timing strategies, two sides of the same coin. Public Relations Review, 38 (1), 83-88.

*Web stranice*

Izdavačka delatnost, Biblioteka i izdavačka delatnost, FTN. Preuzeto Jun 2018, sa Fakultet tehničkih nauka, FTN: <http://www.ftn.uns.ac.rs/n1078515050/izdavacka-delatnost>

Budžet projekta/kampanje (opciono)

[ ]  bez budžeta

[ ]  do 10.000 eura

[ ]  od 10.000 do 25.000 eura

[ ]  preko 25.000 eura

**Prilikom slanja prijave na** **info@korporativnekomunikacije.rs** **ili** **danijelalalic@uns.ac.rs** **potrebno je dostaviti** kompletno popunjen obrazac, logoe kompanije i agencije, kao i vizuale i slike za koje smatrate da najupečatljivije prikazuju projekat/kampanju.

Sve slike pošaljite kao posebne fajlove u njihovim originalnim formatima (jpg, jpeg, png, gif i sl.), a u nazivu dajte kratak opis šta ona predstavlja. **Rezolucija treba da bude 300 dpi.**