



KANTONALNO JAVNO KOMUNALNO PREDUZEĆE
"VODOVOD I KANALIZACIJA" d.o.o. SARAJEVO

PREDUZEĆE ZA PROIZVODNJU I DISTRIBUCIJU VODE, ODVOĐENJE I PREČIŠĆAVANJE OTPADNIH VODA
Por. br.: 01841358, Mat. br.: 20187646, Općinski sud u Sarajevu, rješenje broj: 065-0-Reg-21-005229
Sjedište: ul. Jaroslava Černija br. 8, tel: 033/237-655, 033/483-400, fax: 033/440-658, www.viksa.ba
e-mail: press@viksa.ba PDV-IB: 200151950004, ID: 4200151950004

**LISTA PITANJA, PROPISA I LITERATURE NA OSNOVU KOJIH ĆE SE VRŠITI
PROVJERA ZNANJA NA PISMENOM I USMENOM ISPITU ZA RADNO MJESTO :**

„GLAVNI PR PREDUZEĆA“ (OJ - 0.3)
(1 izvršilac)

RB.	LISTA PITANJA
1.	Definiši pojam PR?
2.	U kojoj zemlji se ovaj termin prvi put koristio?
3.	Koji termini umanjuju značenje odnosa s javnošću?
4.	Koliko danas u svijetu postoji naziva za odjele s javnošću?
5.	Da li raste broj radnih mjesta u ovom sektoru?
6.	U kojim područjima dominira potreba za odnosima s javnošću?
7.	Kako bi klasifikovali mjesta na kojima rade PR?
8.	Koje zadatke obavljaju djelatnici u odnosima s javnošću?
9.	Koji spol je dominantniji u ovoj profesiji?
10.	Koja je najveća svjetska nacionalna udruga odnosa s javnošću?
11.	Bez obzira na poslovno područje, koje vještine trebaju razviti lica koja planiraju karijeru u odnosima s javnošću?
12.	Da li odnosi s javnošću imaju šire polje rada nego marketing?
13.	Da li se pojam propaganda može izjednačiti s odnosima s javnošću?
14.	Da li se javnost razlikuje od publike?
15.	Da li je tačna tvrdnja da je Javno mišljenje – mišljenje većine ljudi u nekoj zajednici o nekom posebnom problemu, oblik kolektivne svijesti širih ili užih grupa građana?
16.	Šta je najteži zadatak uvjeravanja?
17.	Koji su faktori važni prilikom uspostavljanja komunikacije uvjeravanja?
18.	Strategija kao odgovor na krizu ono je što organizacija kaže i čini nakon što je kriza već pogodila – to je odgovor na retorički problem?
19.	Zbog stalnih kriza u društvu praktičari za odnose s javnošću najistaknutiji su dio komunikacije rizika?

RB.	LISTA PITANJA
20.	Teorija obnove imidža podrazumijeva?
21.	Da li je pogrešno koristiti se uvjeravanjem ukoliko se želi povećati broj klijenata ili potrošača?
22.	Koje su najvažnije istraživačke metode u odnosima s javnošću?
23.	Pojam komunikacija potječe od latinskog pojma communicatio što znači?
24.	Pri oblikovanju poruke za medije važno je paziti na vrijednost poruke kao vijesti. Pri tome je važno voditi računa o sljedećim kriterijima?
25.	Stručnjaci za razvijanje poruka i pripremanje medija ističu da postoji nekoliko pretpostavki koje treba poruka sadržavati?
26.	Šta se krije iza pojma „semantička buka“?
27.	Javnost bolje prihvaća poruku ukoliko vjeruje izvoru informacija. Biti vjerodostojan znači govoriti istinu i držati se etičkih načela. Da li je rečena teorija tačna?
28.	M. Kunczik korporativnom komuniciranju pripisuje dvije zadaće: prema unutra i služi informiranju uprave preduzeća postajući istodobno sistemom za rano uzbunjivanje, te prema vani kada vrši posredničku zadaću?
29.	Koja osobina izdvaja internet od ranijih tehnoloških komunikacija?
30.	Istraživači su upozorili da je razvoj interneta doveo do novog komunikacijskog modela; kada se jednom poruka pošalje, pošiljatelj više nema kontrolu nad njom?
31.	Koje kompetencije mora posjedovati glasnogovornik?
32.	Koje su greške u prezentaciji?
33.	Osnovni način povećanja medijske pokrivenosti jeste dodavanje sljedećih stavki u rubrici za medije?
34.	Šta može poslužiti kao „oružje“ u borbi s lokalnom zajednicom?

LITERATURA:

- ✚ Tomić Zoran, Synopsis, Zagreb: Odnosi s javnošću, teorija i praksa, II dopunjeno i izmijenjeno izdanje, 2016
- ✚ Miroslavljević Mladen, Banja Luka College- Besjeda Banja Luka, Odnosi s javnošću, 2008