

## POSAO

### Put do uspešnog pi-ara

Svaka moderna firma ili veliki poslovni koncern ne mogu bez marketinga i osobe zadužene za odnose sa javnošću, koja mora da drži korak sa zbivanjima u svetu masovnih komunikacija



Savremeni način poslovanja mnogih firmi podrazumeva da među zaposlenima imaju i pi-ara, čoveka zaduženog za odnose sa javnošću (pablik rileyšn). I nije svejedno koja će osoba to da obavlja, jer je reč o zahtevnom i vrlo odgovornom poslu koji traži posedovanje određenih osobina ličnosti, odgovarajući nivo znanja i razvijenu sposobnost za komunikaciju.

Nije samo imidž, ili stajling (jako volimo strane reči kada se radi o nekim poslovima), presudan da bi se bio dobar pi-ir. Marketing ili, kako se to nekada zvalo, propaganda podrazumeva skup predznanja i stalno učenje o načinima savremenog poslovanja i komunikacije sa javnošću, koja očekuje da bude pravovremeno obavještena o svemu što je zanima.

Da bi se pomoglo svima koji se bave ovim i te kako važnim poslom postoje i stručni intenzivni treninzi koje organizuje MarkSoft konsalting iz Beograda, firma koja se bavi edukacijom ne samo za oblast odnosa sa javnošću već i drugim aspektima marketinga.

Ove subote na redu je intenzivni trening pod imenom „Dobri odnosi sa javnošću – vaš način da se izdvojite”. Jer, osobe koje se odluče za ovo zanimanje i imaju utisak da je to profesija koja ih privlači, moraju unapred da računaju da je uza sve što su naučili u toku školovanja, uključujući i fakultetsku diplomu kao dobru osnovu za ovaj posao, neophodno dalje usavršavanje. Kao što napreduju nauka i tehnologija tako veoma brzo napreduju i načini komunikacije između firmi koje već posluju zajedno ili to nameravaju da učine. Prvi na tom putu ka zajedničkom istupu na tržište su njihovi stručnjaci za odnose sa javnošću, koji su svet za sebe i kao takvi moraju da budu uvek u top formi: da uvek imaju pravi odgovor u pravo vreme i na pravom mestu na postavljeno pitanje. Zato su intenzivni treninzi ili obuke dragoceni saveznici da se unapredi efikasnost pi-ara u svakodnevnom poslu.

Obuka je namenjena vlasničkoj ili rukovodećoj strukturi kojoj je potrebno razumevanje principa odnosa sa javnošću, budućim menadžerima za ovu oblast, marketing menadžerima i ostalima koji imaju ambiciju da postanu pi-ar menadžeri, ali i kandidatima koji konkurišu na mesta u službama koje se bave odnosima sa javnošću.

Obukom se pokrivaju sledeće oblasti: objašnjavaju se značaj i ciljevi osoba zaduženih za odnose sa javnošću, uloga pi-ar marketinga, poslovna komunikacija i korespondencija, metode odnosa sa javnošću, krizni pablik rileyšn i internet kao alat u odnosima sa javnošću.

Broj polaznika ovog jednodnevnog kursa je šest; trening traje šest sati, a za to vreme može da se savlada veliki broj tajni koje svakom zainteresovanom polazniku ove intenzivne obuke omogućavaju da ovlada veštinama neophodnim da postane dobar pi-ar.

Predavači su Ana Simić, stručni savetnik za odnose sa javnošću, dipl. inž. Milorad M. Milivojević, konsultant za oblasti marketinga i softvera, sertifikovani predavač CIM koledža, i Ivan Marković, savetnik za oblast ljudskih resursa i internet.

**Snežana Prljević**

objavljeno: 03/04/2008.