



Internacionalna poslovno-informaciona akademija Tuzla

Visoka škola za savremeno poslovanje, informacione tehnologije i tržišne komunikacije

STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU

Tuzla, 2020. godina

SADRŽAJ

UVOD.....	3
1. STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU	4
1.1. Ciljna grupa	4
1.2. Ostvarene saradnje.....	4
2. CILJEVI I PRINCIPI STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU	4
2.1. Ciljevi strategije odnosa s javnoću	5
2.2. Principi strategije odnosa s javnošću.....	5
3. KOMUNIKACIJSKI ALATI	6
3.1. Printani alati komuniciranja.....	6
3.2. Elektronski alati komuniciranja.....	6
4. KRIZNO KOMUNICIRANJE	6
5. KOMUNIKACIJA SA CILJNIM GRUPAMA.....	7
5.1. Komunikacija sa mladima	7
5.2. Komunikacija sa partnerima, preduzećima, organizacijama	8
5.3. Komunikacija sa medijima	8
5.4. Komunikacija između zaposlenika	8
6. ODGOVORNOST ZA PROVOĐENJE STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU	8

UVOD

Visoka škola „Internacionalna poslovno-informaciona akademija“ (u daljem tekstu: IPI Akademija) osnovana je 2014.god u Tuzli i obavlja djelatnost visokog obrazovanja, kompatibilno sa BiH i standardima EHEA, iz oblasti savremenog poslovanja i informatičkog menadžmenta, informacionih tehnologija i tržišnih komunikacija.

Osnovna misija Visoke škole „Internacionalna poslovno-informaciona akademija“ Tuzla je stvoriti kompetentne stručnjake iz oblasti savremenog poslovanja, informacionih tehnologija i tržišnih komunikacija koji će biti osposobljeni da se aktivno i spremno uključe na tržište rada, te efikasno preuzmu važne radne zadatke i direktno se uključiti u radne procese u skladu sa svojim visokosofisticiranim kompetencijama.

Polazeći od osjećaja društvene odgovornosti, IPI Akademija aktivno promovise obrazovanje, posebno ono iz područja savremenog poslovanja, informacionih tehnologija, i tržišnih komunikacija, kao osnove privrednog razvoja i izgradnje konkurentnosti nacionalne ekonomije. Osim toga, svojim aktivnim djelovanjem IPI Akademija nastojati izgraditi sistem vrijednosti koji se temelji na toleranciji i poštivanju prava i sloboda, transparentnosti i otvorenosti u svom djelovanju, jednakoj mogućnosti za napredovanje svih zaposlenika i studenata, jačanju partnerskog odnosa nastavnik-student, aktivnijem pristupu studenata u nastavnom procesu, afirmaciji inovativnosti i kreativnog načina razmišljanja studenata i zaposlenika, podršci formalnom obrazovnom sistemu BiH, posebno sistemu stručnog obrazovanja, promociji važnosti kvalitete u okviru visokog obrazovanja, podsticanju međunarodne saradnje i privlačenju projekata koji će se realizirati u saradnji sa međunarodnim institucijama, aktivnoj saradnje sa privredom, posebno u oblasti informacionih tehnologija, savremenog poslovanja i tržišnih komunikacija, u cilju pružanja podrške njihovim nastojanjima za stvaranjem konkurentne radne snage i jačanju intelektualnog kapitala. S tim u vezi, razvoj strategije odnosa s javnošću igra veliku ulogu u ostvarenju naših ciljeva.

1. STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU

Strategija odnosa s javnošću IPI Akademije je strateški dokument kojim se definišu principi strategije komuniciranja s javnošću, kratkoročni i srednjoročni komunikacijski ciljevi, ciljne grupe, komunikacijski kanali i osnovne poruke.

Vizija IPI Akademije je postati prvi izbor za stručno visokoškolsko obrazovanje iz oblasti savremenog poslovanja, informacionih tehnologija i tržišnih komunikacija za studente u Bosni i Hercegovini i regiji kroz kontinuirano unaprjeđenje u svim područjima svoga djelovanja, poboljšanje infrastrukture, usavršavanje kadrova, jačanje povezanosti sa privredom i međunarodnim aktivnostima. Cilj naše ustanove je postati prvi izbor za obrazovanje iz oblasti informacionih tehnologija, tržišnih komunikacija i savremenog poslovanja, u Tuzlanskom kantonu. Radi lakšeg ostvarenja našeg cilja i vizije, a shvatajući važnost komuniciranja sa javnošću, kreirali smo strategiju za odnose s javnošću IPI Akademije Tuzla.

1.1. Ciljna grupa

Primarna ciljna grupa IPI Akademije su mladi od 18 do 30 godina sa područja Tuzlanskog kantona. U ovu skupinu spadaju srednjoškolci iz svih tehničkih, gimnazija i ekonomskih škola sa područja Tuzlanskog kantona. Sekundarnu ciljnu grupu čine mladi od 18 do 30 godina sa područja Zeničko-dobojskog i Srednjobosanskog kantona.

Tercijarnu ciljnu grupu IPI Akademije čin starije osobe od 30 godina koje su zaposlene u sektoru ekonomije, IT-a, marketinga i medija ili imaju samostalni biznis. Također, u ovu ciljnu grupu spadaju preduzeća, organizacije i institucije povezane sa obrazovanjem i usmjerenjima na IPI Akademiji.

1.2. Ostvarene saradnje

Visoka škola „Internacionalna poslovno – informaciona akademija“ ima uspostavljen ugovor o saradnji sa:

- Russian State Social Univerzitetom iz Moskve
- Fakultet za informacijske studije Novo Mesto, Slovenija
- Internacionalni univerzitet Novi Pazar
- Beogradska bankarska akademija, Beograd
- Sberbank BH
- Tehnograd – company d.o.o Tuzla
- Hotel Tehnograd Tuzla
- Bit alijansa Sarajevo

Svakodnevno nastojimo širiti svoju mrežu partnerstva sa poduzetnicima koji studentima IPI Akademije omogućavaju obavljanje stručne prakse. Također, nastojimo proširiti našu saradnju sa nevladinim organizacijama koje svoju djelatnost usmjeravaju ka mladima.

2. CILJEVI I PRINCIPI STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU

Pri kreiranju strategije odnosa s prvenstveno polazimo od sljedećih pitanja:

Šta želimo postići? – Želimo pozicionirati IPI Akademiju kao kvalitetnu i pristupačnu visokoškolsku ustanovu u svijesti ciljne javnosti.

Kome se trebamo obraćati? – Shodno navedenoj ciljnoj grupi, obraćamo se, u prvom redu mladima, te je plan obraćanja treba prilagođen toj dobi.

Šta želimo reći? – Želimo istaknuti prednosti IPI Akademije u odnosu na ostale visokoškolske ustanove, riječima pokazati i djelima dokazati da je ova ustanova odličan i pravi izbor za buduće studente.

Kako prenijeti/komunicirati poruku? – Prvo treba shvatiti da se djelima komunicira mnogo više nego riječima. Osim dvosmjerne komunikacije putem društvenih mreža, web stranice ili e-maila potrebno je konstantno biti fizički prisutan u javnosti kroz organizovanje raznih događaja, konferencija, seminara, sponzorisanja i sl.

2.1. Ciljevi strategije odnosa s javnošću

Strateški cilj je provoditi pravovremenu i dvosmjernu komunikaciju sa javnostima i ciljnim grupama kojom će se graditi povjerenje i čime će se unaprijeđivati imidž IPI Akademije

Operativni ciljevi:

- transparentna komunikacija, sa mogućnošću dobijanja povratne informacije od strane ciljne javnosti (indikator: interaktivna web stranica, aktivni i ažurirani korisnički profili na društvenim mrežama);
- organizirati konferenciju za medije na kojoj će se prezentirati postignuti rezultati na nivou godine (indikator: održana najmanje jedna konferencija za medije)
- po potrebi organizirati tematske konferencije za medije o događajima koje realizuje Visoka škola "Internacionalna poslovno – informaciona akademija" Tuzla (indikator: broj održanih tematskih konferencija za medije);
- provođenje promotivne kampanje putem elektronskih i tradicionalnih medija na godišnjem nivou (indikator: provedena najmanje jedna promotivna kampanja godišnje)
- uspostavljanje i unaprijeđenje saradnje sa nevladinim organizacijama i poslodavcima, putem direktne i indirektno komunikacije (indikator: broj ostvarenih saradnji sa nevladinim organizacijama i poslodavcima)
- uspostavljanje i unaprijeđenje saradnje sa predstavnicima organizacija i akademskih zajednica na međunarodnom nivou (indikator: broj ostvarenih saradnji sa predstavnicima organizacija i akademskih zajednica)
- aktivnosti direktnog marketinga kroz posjete srednjim školama na području Tuzlanskog i Zeničko – dobojskog kantona (indikator: fotografije i vijesti održanih posjeta).

2.2. Principi strategije odnosa s javnošću

Ključni principi strategije odnosa s javnošću Visoke škole „Internacionalna poslovno – informaciona akademija“ Tuzla su:

- konstantna komunikacija sa studentima, partnerima, nastavnim osobljem, srednjoškolcima i građanima;
- koncizni, pravovremeni i jasni oblici komuniciranja;
- nepristrasna i apolitična komunikacija;
- svaki oblik komunikacije kreiran je na način da pomogne ostvarenju ciljeva.

2. KOMUNIKACIJSKI ALATI

2.1. Printani alati komuniciranja

U današnjem vremenu, u svijetu, sve se manje pažnje posvećuje komunikaciji putem tradicionalnih alata komuniciranja ali njihov značaj još uvijek nije u potpunosti iščezao. Tradicionalni alati komuniciranja u našem okruženju imaju važnu ulogu za poslovanje preduzeća. Kada govorimo o visokoškolskim ustanovama, komunikacija putem tradicionalnog medija je neizostavna u provođenju komunikacijskih ciljeva. To podrazumijeva:

- printani mediji (studentski časopisi);
- printani materijali (leci, brošure);
- preporuke
- sajmovi i prezentacije;
- bilbordi i plakati.

2.2. Elektronski alati komuniciranja

Ciljnu grupu Visoke škole „Internacionalna poslovno – informaciona akademija“ Tuzla čine mladi, a danas skoro pa i ne postoji mlada osoba koja ne koristi internet. Stoga je korištenje elektronskih medija kao alata za komunikaciju izrazito važno. Elektronski alati komuniciranja podrazumijevaju:

- komunikacija putem TV i radio;
- ažurna i pravovremena komunikacija putem oficijalne web stranice Visoke škole „Internacionalna poslovno – informaciona akademija“ Tuzla – www.ipi-akademija.ba;
- komunikacija putem najzastupljenijih društvenih mreža (Facebook, Instagram, LinkedIn, You Tube);
- dvosmjerna komunikacija putem online platforme za učenje – moodle;
- saopštenje za javnost;
- obavještajni internet portali.

IPI Akademija ima ostvarenu saradnju sa medijskim kućama RTVTK (Radio televizija Tuzlanskog kantona) i RTV7. Također, kada govorimo o internet portalima, ostvarena je saradnja sa portalima: Tuzlainfo.ba, Portal Tuzlarije, Dnevni Avaz, Vidi portal.

3. KRIZNO KOMUNICIRANJE

Krizno komuniciranje ima posebnu važnost u strateškom planiranju komunikacija s javnošću. U slučaju nastanka krizne situacije potrebno je imati spreman plan reagovanja.

Plan kriznog komuniciranja sastoji se od sljedećih elemenata:

- odnosi sa medijima;
- kontakt sa osobljem u slučaju nužde;
- komunikacija sa nadležnim službama;
- komunikacija sa drugim vladinim agencijama;
- komunikacija sa stanovništvom;
- komunikacija sa studentima.

Kako bi uspješno iskomunicirali s javnošću i prenijeli potrebne poruke u vrijeme krizne situacije veoma je važna uloga glasnogovornika (ili osobe koja je zadužena za te poslove). Potrebno je da glasnogovornik bude smirena, upućena i strpljiva osoba sa izrazitim kompetencijama za komunikaciju, a koja će u kontaktu sa medijima uliti povjerenje i spriječiti nastanak panike. Glasnogovornik je također obavezan biti na mjestu događaja u bilo koje vrijeme kada nastane krizna situacija.

Krizna strategija komunikacija sa javnošću podrazumijeva sljedeće principe:

- proaktivnost u informisanju (pravoremeno pružiti medijima potrebne informacije kako bi se spriječile dalje špekulacije i panika među ciljnom grupom);
- odrediti učestalost i vremensko razdoblje komunikacije s medijima (ovo je neophodno definirati u prvim minutama od nastupanja krize);
- odrediti komunikacijske kanale koje se će koristiti u krizi, i uvijek unaprijed pripremiti osnovnu informaciju koju će glasnogovornik prenijeti.

5. KOMUNIKACIJA SA CILJNIM GRUPAMA

Komunikacijski kanali i komunikacijska poruka razlikuje se u zavisnosti od ciljne grupe sa kojom želimo komunicirati. Stoga je kreiran plan komunikacije sa svakom ciljnom grupom.

5.1. Komunikacija sa mladima

Sudionike ove ciljne skupine možemo svrstati u tri kategorije:

- komunikacija sa studentima IPI Akademije;
- komunikacija sa srednjoškolcima – potencijalnim budućim studentima;
- komunikacija sa alumni studentima.

Komunikacija sa studentima IPI Akademije odvijat će se kroz usmenu komunikaciju između zaposlenika i studenata, te usmenu komunikaciju profesora i asistenata tokom izvođenja nastavnog procesa. Također, komunikacija se odvija putem e-maila, web stranice, te online platforme za učenje – moodle. Prilikom upisa, svim studentima otvorit će se korisnički profil na moodlu, te je putem istog omogućena njihova međusobna komunikacija, kao i komunikacija sa profesorima i asistentima.

Komunikacija sa srednjoškolcima odvijat će se na tri načina. U okviru marketinških aktivnosti, vršit će se posjeta svih srednjih škola na području Tuzlanskog kantona te će se tom prilikom odvijati usmena komunikacija sa srednjoškolcima. Usmena komunikacija odvijat će se i prilikom

posjeta zainteresovanih srednjoškolaca našoj ustanovi. Drugi način komunikacije je putem promotivnih poruka u elektronskim medijima (TV, radio oglašavanje, internet). Treći način baziran je isključivo na komunikaciju putem e-maila, te korisničkih profila na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, LinkedIn)

Komunikacija sa diplomantima odvijat će se putem e-maila, usmeno, i kroz alumni asocijaciju.

5.2. Komunikacija sa partnerima, preduzećima, organizacijama

Sa partnerskim organizacijama, komunikacija se odvija putem e-maila, te kroz sastanke u vidu dogovaranja o novim aktivnostima, i načinima poboljšanja saradnje. IPI Akademija komunicirat će sa poduzetnicima usmeno i putem e-maila, kroz saradnje na projektima, te će se isti pozivati na sve važnije događaja ove ustanove. Također, komunikacija sa nevladinim organizacijama odvijat će se usmeno, pismeno te putem e-maila. Nevladine organizacije također će biti uključete u projektne aktivnosti IPI Akademije te će se vršiti povezivanje studenata i predstavnika tih organizacija u cilju stvaranja novih ideja i jačanja lokalne zajednice.

5.3. Komunikacija sa medijima

IPI Akademija ostvariti će saradnju sa medijima, i iste redovno pozivati na sve važne događaje koje organizuje (gostujuća predavanja, seminari, konferencije, projekti). Također, mediji će se obavještavati o svim realizovanim aktivnostima putem saopštenja za javnost. Na kraju svake godine, organizovat će se press konferencija za medija u cilju sumiranja postignutih rezultata i ciljeva IPI Akademije Tuzla

5.4. Komunikacija između zaposlenika

Komuniciranje je najčešća aktivnost u organizacijama i zaposleni najveći dio svog radnog vremena provode u tim procesima, stoga im se posvećuje i velika pažnja. Komunikacija između uposlenika je direktna (putem sastanaka) ili indirektna (pisana komunikacija). Svakodnevno se odvijaju radni sastanci, a pisana komunikacija odvija se putem e-maila. IPI Akademija jednom mjesečno će organizovati sastanak svih zaposlenih, a tokom sedmice će biti organizovani sastanci sa specifičnim temama u cilju unaprijeđenja rada.

6. ODGOVORNOST ZA PROVOĐENJE STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU

Odgovornost za implementaciju strategije odnosa s javnošću preuzimaju: Direktor IPI Akademije, te osoblje koje ostvaruje komunikaciju sa studentima, i gostima na IPI Akademije.

Tuzla, 06.02.2020. godine



Direktor IPI Akademije