

**VISOKA ŠKOLA ZA USLUŽNI BIZNIS  
ISTOČNO SARAJEVO – SOKOLAC**

**STRATEGIJA I POLITIKA KOMUNIKACIJE SA JAVNOŠĆU**

**Sokolac, 2019. godine**

## **1. UVOD**

Visoka škola za uslužni biznis, Sokolac je samostalna visokoškolaska ustanova koja je osnovana na principima partnerstva privatnog sektora. Djelatnost obavlja u skladu sa Zakonom o visokom obrazovanju Ministarstva prosvjete i kulture Republike Srpske. Visoka škola je obrazovno - naučna ustanova koja u okviru svoje matične djelatnosti visokog obrazovanja obavlja osnovne akademske studije prvog ciklusa.

## **2. STRATEGIJA I POLITIKA KOMUNIKACIJE SA JAVNOŠĆU**

Strategija komunikacije Visoke škole je strateški dokument koji definiše osmišljen i planski pristup javnosti. Strategija ima za cilj da unaprijedi komunikaciju Visoke škole, kako unutar ustanove , tako i sa spoljnim korisnicima. Veoma je važno definisati načine komunikacije koji osiguravaju da informacija ima optimalan i brz tok, vodeći računa da ista bude dostavljena kako unutar Škole, tako i van nje putem propisanih procedura. Na osnovu navedenog, moraju se funkcionalno i organizaciono razdvojiti pozicije internog i eksternog komuniciranja.

**Interni komuniciranje** predstavlja komunikaciju koja se odvija unutar Škole između menadžmenta, zaposlenih i studenata Škole. Informacije koje su namjenjene za internu upotrebu ne mogu se prezentovati u javnosti bez odobrenja menadžmenta.

**Eksterno komuniciranje** je neophodno za poboljšanje kvaliteta prezentacije svojih aktivnosti, donešenih odluka i rezultata rada. Škola bi trebala da obezbijedi kvalitetnu komunikaciju sa Ministarstvom prosvjete i kulture Republike Srpske, institucijama i organizacijama iz okruženja, sa drugim Univerzitetima i Visokim školama, kao i razvoj internet komunikacija.

## **3. CILJEVI STRATEGIJE I POLITIKE KOMUNIKACIJE SA JAVNOŠĆU**

Osnovni ciljevi strategije i politike komunikacije sa javnošću su:

- promovisanje Visoke škole i Bolonjskog principa školovanja,
- podsticanje upisa novih studenata,
- blagovremeno informisanje upisanih studenata,
- održavanje trajnih veza sa svršenim studentima,
- tačno i pravovremeno informisanje javnosti,
- stvaranje prepoznatljivog brenda.

#### **4. ODGOVORNOST ZA SPROVOĐENJE STRATEGIJE I POLITIKE KOMUNIKACIJE SA JAVNOŠĆU**

Za implementaciju Strategije i politike komunikacije sa javnošću zaduženi su:

- Direktor škole
- Predsjednik Senata

#### **5. KOMUNIKACIJE SA CILJNIM GRUPAMA**

Načini komunikacije definisani su u skladu sa ciljnim grupama.

##### **5.1. Komunikacije sa studentima**

Kada se govori o studentima trebamo u komunikaciji razlikovati tri grupe studenata:

- već upisane studente,
- potencijalne studente koji tek treba da upišu, i
- svršene studente.

Komuniciranje sa postojećim studentima će se ostvarivati kroz usmenu komunikaciju profesora tokom izvođenje nastave, kao i komunikacija putem e-mail i web stranice.

Sa potencijalnim studentima komunikacija se vrši putem web stranice, promotivnog materijala, oglasa u medijima, usmenim prezentacijama koje se organizuju u srednjim školama, posjetama radnim organizacijama i institucijama.

Komunikacija sa svršenim studentima omogućena je pored web stranice Visoke škole i putem Alumni asocijacije.

##### **5.2. Komunikacije sa partnerima**

Sa svim svojim partnerima sa kojima ima Ugovor o saradnji, Visoka škola organizuje periodične sastanke na kojima se diskutuje o postignutoj saradnji i novim aktivnostima.

Ostali vidovi komunikacije su česta razmjena e-mailova i telefonski razgovori.

##### **5.3. Komunikacije sa institucijama i preduzećima**

Visoka škola će redovno pozivati na sve značajnije događaje koje bude organizovala predstavnike institucija i preduzeća.

Takođe će u čestim kontaktima putem e-mailova, kao i telefonski razgovorati o bitnim pitanjima vezanim za rad Visoke škole kao i međusobnu saradnju.

Institucije i preduzeća će dobijati promotivni materijal Visoke škole.

#### **5.4. Komunikacije sa medijima**

Visoka škola će zavisno o značajnim događajima (seminari, dolazak istaknutih gostiju, promocija diploma i sl.) obavještavati predstavnike medija putem PR saopštenje i web stranice.

#### **5.5. Komunikacije između zaposlenih**

Komunikacija između zaposlenih je svakodnevna i ona se odvija putem usmenih dogovora, e-mailova, radnih sastanaka.

Visoka škola će sedmično organizovati sastanke svih zaposlenih, a ukoliko bude bilo potrebe organizuju se i manji sastanci sa specifičnim temama.

### **6. IMIDŽ VISOKE ŠKOLE**

Uspješna komunikacija doprinosi poboljšanju ukupnog imidža Visoke škole. Veoma je važno kakvu percepciju o Visokoj školi ima javnost. Dobar imidž gradi se kroz odgovoran, kvalitetan i transparentan rad. To podrazumijeva i pozitivan publicitet.

### **7. REZULTATI, PREPORUKE I OČEKIVANJA**

Strategija komunikacije Visoke škole predstavlja strateški dokument koji ima za cilj da definiše nivo komunikacijskih aktivnosti koje je Visoka škola obavezna provoditi unutar svojih organa, ali i sa raznim javnostima sa kojima sarađuje, odnosno u čijem interesu radi. Uz preporuke iz strategije osnovna očekivanja iz sprovođenja iste imaju za cilj:

- Doprinos u poboljšanju kvaliteta rada Visoke škole
- Stvaranje boljeg imidža Škole
- Doprinos održanju dobrih partnerskih odnosa i saradnje sa pojedinim subjektima i stvaranju novih oblika saradnje.

Broj:

Datum:

Predsjednik Senata

---

Prof. dr Aco Bobić