

# Sanela Haskić - Završni magistarski rad

Fakultet/Akademija	FILOZOFSKI FAKULTET
Tip Rada	Završni magistarski rad
Kandidat, zvanje	Sanela Haskić
Naziv Teme	Izazovi involviranja društvenih medija u upravljanje organizacijskom reputacijom
Rezime/Abstract	<p>Društveni mediji predstavljaju izazov za praktičare odnosa s javnostima jer se od njih očekuje da svoj rad prilagode zahtjevima novih medija. Potencijali društvenih medija u upravljanju organizacijskom reputacijom mogu doprinijeti razvoju strateško-upravljačkih odnosa s javnostima uz odgovarajuću podršku internih i eksternih javnosti. Ta podrška zavisi od organizacijske kulture i spremnosti menadžmenta, kao i samih PR praktičara da se suoče sa neočekivanim situacijama. Glavni cilj istraživanja je utvrditi kako društveni mediji utječu na praktičare odnosa s javnostima u pogledu poboljšanja njihove komunikacije s utjecajnim grupama i pojedincima, a u funkciji upravljanja organizacijskom reputacijom. Svrha je provjeriti koliko se društveni mediji koriste za pomak od jednosmjernih ka dvosmjernim modelima odnosa s javnostima, doprinose li jačanju odnosa sa stakeholderima i razvojnog mijenjanju organizacije. U tom cilju ispitano je kako PR praktičari percipiraju društvene medije- kao priliku ili prijetnju u njegovanju dobrih odnosa s javnostima. Željeli smo provjeriti i to da li društveni mediji doprinose nastanku kriza, pogoduju li širenju neprovjerenih informacija, te da li postoje razlike u korištenju društvenih medija u vladinom, nevladinom i privatnom sektoru. Od 280 osoba koje obavljaju poslove iz oblasti odnosa s javnostima u organizacijama na teritoriji Bosne i Hercegovine na čiju email adresu je poslan anketni upitnik, odgovorilo ih je 125 (44,6%). Rezultati pokazuju da PR praktičari u BiH aktivno koriste društvene medije, ali više za promociju organizacijskih aktivnosti i objavljivanje informacija o organizaciji nego za interakciju na koju upućuje priroda ovih medija. Kad je riječ o svrsi u koju se koriste, aktivno korištenje društvenih medija statistički je najjače povezano s praćenjem objava koje se odnose na organizaciju. Najviše korištene platforme u odnosima s javnostima su Facebook i Youtube. Praktičari smatraju da je ignorisanje društvenih medija u upravljanju organizacijskom reputacijom štetno iako im je teže upravljati komunikacijom u društvenim nego u tradicionalnim medijima. Menadžment, kao ni interna pravila organizacije nisu identifikovani kao prepreka korištenju društvenih medija u odnosima s javnostima. Najveću prijetnju za digitalnu reputaciju predstavljaju širenje neprovjerenih informacija i mogućnost bumerang efekta PR poruka.</p>
Datum	14.09.2017
Predsjednik	Dr.sc. Najil Kurtić, redovni profesor izabran za užu naučnu oblast «Komunikologija» na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Mentor	Dr.sc. Zarfa Hrnjić Kuduzović, docent izabrana za užu naučnu oblast «Komunikologija» na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Član komisije	Dr. sc. Vedada Baraković, vanredni profesor izabrana za užu naučnu oblast «Masovni mediji» na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Član komisije	-
Član komisije	-
Zamjenski član	dr.sc.Mirza Mahmutović, docent izabran na užu naučnu oblast „Masovni mediji“ na Filozofskom fakultetu Univerzitat u Tuzli
Dodatni detalji i lokacija	Javna odbrana magistarskog rada obavit će se 14.09.2017. godine u 11:00 sati na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli
Zavrsne Odredbe	Pristup javnosti je slobodan. Rad se može pogledati u Sekretarijatu fakulteta radnim danom od 08 do 14 sati.