

FAKULTET POLITIČKIH NAUKA

UNIVERZITETA U SARAJEVU

STRATEGIJA KOMUNIKACIJA I SARADNJE S MEDIJIMA

FAKULTETA POLITIČKIH NAUKA

UNIVERZITETA U SARAJEVU

Sarajevo, februar 2020.

Sadržaj

- Uvodne napomene
- Potreba za strateškim komuniciranjem Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu i izgradnjom povjerenja putem medija
Principi strateškog komuniciranja i saradnje s medijima
- Direktni i indirektni komunikacijski kanali Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu
- Ciljne grupe Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu
- Ciljevi strateške komunikacije i saradnje s medijima
- Komunikacijski alati
- Odnosi s medijima – pristup i metode/aktivnosti
- Evaluacija uspješnosti saradnje s medijima
- Zaključak

Uvodne napomene

Strategija komunikacija i saradnje s medijima Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu dokument je u kojem se nastoje definisati ciljevi, zadaci i metode komuniciranja sa internim i eksternim javnostima, u svrhu poboljšanja ne samo komuniciranja, nego i uzajamnog razumijevanja između Fakulteta i njegovih ciljnih javnosti, a posljedično i podizanja kvaliteta nastavnog i naučnog rada na Fakultetu, shodno potrebama studenata i društvene zajednice.

Ključni ishodi ove strategije trebaju biti *povećanje vidljivosti i kredibiliteta Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu*, a što se postiže mobilizacijom resursa, transparentnošću i proaktivnim pristupom. Kao javna ustanova i dio Univerziteta u Sarajevu, Fakultet političkih nauka ima obavezu poštovanja *principa javnosti*, koji podrazumijeva tačno, pravovremeno, odgovorno i kvalitetno informisanje javnosti o aktivnostima Fakulteta, kao i razvijanje *odnosa povjerenja i razumijevanja* između javnosti i Fakulteta, a što se gradi otvorenim i kvalitetnim pristupom javnostima, kao i shvatanjem tih javnosti kao partnera u radu, ali i onih kojima se u tom radu odgovara.

Ova Strategija definira efikasne principe djelovanja prema javnostima (internim i eksternim) i u saradnji sa medijima, koji su jedan od kanala komunikacije sa građanima, a u konačnici njen krajnji ishod trebao bi biti studenti koji su ponosni što pripadaju zajednici Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu i građani zadovoljni nastavnim i naučno-istraživačkim radom Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, kao institucije koja se finansira njihovim sredstvima.

Potreba za strateškim komuniciranjem Fakulteta političkih nauka i izgradnjom povjerenja putem medija

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu predstavlja temeljnu obrazovnu instituciju u poučavanju i istraživanju u oblasti društvenih nauka u Bosni i Hercegovini. Kroz javni i znanstveni angažman nastavnika i saradnika ovaj Fakultet ima aktivnu ulogu u kreiranju identiteta i afirmaciji države Bosne i Hercegovine utemeljene na principima liberalnodemokratskog, multietničkog društva zasnovanog na znanju. Osnovan 1961.godine, Fakultet baštini skoro šest decenija tradicije akademskog obrazovanja, koje se odvija na pet studijskih odsjeka: Odsjek za politologiju, Odsjek za sociologiju, Odsjek za komunikologiju/žurnalistiku, Odsjek za sigurnosne i mirovne studije te Odsjek za socijalni rad.

Na Odsjeku za politologiju na usmjerenju Međunarodni odnosi i diplomatija dio nastave na prvom ciklusu te cjelokupan nastavni proces na master studiju odvija se na engleskom jeziku. Pored toga, Fakultet u saradnji sa devet regionalnih i evropskih univerziteta učestvuje u zajedničkom master programu u političkim naukama.

Proteklih godina posebna pažnja usmjerena je na međunarodnu saradnju, što je rezultiralo povećanjem broja stranih studenata koji se odlučuju da dio svoga studija provedu na Fakultetu političkih nauka. Statistički podaci pokazuju da od ukupnog broja studenata koji dolaze na Univerzitet u Sarajevu više od polovice kao svoju akademsku destinaciju biraju naš Fakultet. Značajan broj nastavnog, nenastavnog osoblja i studenata Fakulteta političkih nauka putem bilateralnih i univerzitetski realiziranih Erasmus+ programa učestvuje u akademskoj mobilnosti, što omogućuje prenošenje i primjenu pozitivnih iskustava s tih institucija u naš vlastiti rad te značajno doprinosi uspostavi i širenju profesionalnih kontakata.

Središte naučnoistraživačkog rada je Centar za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka, koji uspješno realizira projekte unutar Jean Monnet Network programa „Horizon 2020“ te ostvaruje saradnju sa značajnim brojem međunarodnih organizacija i donatora.

Regionalna prepoznatljivost Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu reflektira se i kroz četiri generacije interdisciplinarnih doktorskih studija, koje su privukle desetke kandidata iz cijele regije Zapadnog Balkana.

Iz navedenog je više nego očigledno da Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu ima dugu tradiciju nastavnog i naučno-istraživačkog rada, kao i značajan dijapazon bivših, sadašnjih i budućih studenata, uposlenika, saradnika na istraživanjima i u nastavnom procesu u Bosni i Hercegovini, regionu i svijetu. Komunikacija sa svim navedenim akterima do sada je bila izuzetno uspješna, no razvojem savremenih informacijsko-komunikacijskih tehnologija, te otvaranjem novih kanala komunikacije, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu smatra svrsishodnim kreiranje i implementaciju *Strategije komunikacije i saradnje s medijima*, koja treba da omogući sistematiziranje komunikacijskih aktivnosti i poslova u polju odnosa s javnošću i odnosa s medijima.

Komunikacijske aktivnosti usmjerene na studente i širu javnost Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu provodi kontinuirano, putem web stranice Fakulteta: <http://www.fpn.unsa.ba> te društvenih mreža, dok se komunikacijske aktivnosti sa užom znanstvenom javnošću ostvaruju putem časopisa Sarajevo Social Science Review i Socijalne studije. Svi nastavnici i saradnici kontinuirano ostvaruju komunikaciju sa studentima i javnošću putem email adresa sa fakultetskom domenom, te kao sagovornici sudjeluju u su/kreiranju medijskih sadržaja gotovo na dnevnoj osnovi. U tom smislu, može se reći kako je Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu razvio procedure, standarde i principe postupanja sa medijima i komunikacije s javnošću, a i dosadašnja komunikacijska praksa i rad s novinarima i građanima daju argumente za tvrdnju da je Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu svjestan odgovornosti, obaveze i važnosti informisanja javnosti o svojim aktivnostima, kao i da nastoji unaprijediti te procese informisanja na odgovarajući način. Ova Strategija način je sistematiziranja navedenih aktivnosti u skladu s principima rada Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Analizom trenutnog stanja identifikovano je nekoliko oblasti u kojima je potrebno unaprijediti komunikacijske procese. Prije svega, komunikacija treba da bude *planirana i proaktivna*.

Takođe, trebalo bi da doprinese pozitivnom osjećaju pripadnosti Fakultetu, čijem napretku doprinose kako nastavnici i istraživači, tako i studenti i administrativno osoblje. Neophodno je dodatno raditi na afirmaciji naučno-istraživačke djelatnosti i pospješiti nova partnerstva sa poslovnom i društvenom zajednicom. Jedan od prioriteta je i promjena trenutne percepcije Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu kao dominantno nastavne institucije, odnosno izgradnja identiteta Fakulteta kao nosioca inovativnih ideja i kreatora razvoja društva, ali i lidera u sferi visokog obrazovanja u poljima politologije, komunikologije, sociologije, socijalnog rada i sigurnosnih i mirovnih studija.

Principi strateškog komuniciranja i saradnje s medijima

Komuniciranje Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu spada u domen *strateške komunikacije*, što podrazumijeva da je riječ o organizovanom, planskom, kreativnom i proaktivnom procesu u kojem su dva ključna principa *javnost i saradnja*. *Strategija komunikacija i saradnje s medijima* i samim svojim nazivom ukazuje na potpuno razumijevanje važnosti principa saradnje i planske, organizovane izgradnje dobrih odnosa Fakulteta i javnosti, odnosno medija, kao i na predanost Fakulteta ostvarenju tih principa. Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, kao fakultet koji, između ostalog obrazuje buduće novinare i PR stručnjake, odnose s medijima i odnose s javnošću razumijeva kao *funkciju upravljanja*, koja uspostavlja i održava odnose razumijevanja i saradnje Fakulteta i cjelokupne javnosti. No, treba naglasiti i da je javnost sastavljena od niza različitih aktera, direktno ili indirektno povezanih sa Fakultetom, te je svakom od njih potrebno prilagoditi komunikacijske poruke, komunikacijske kanale i metode prenošenja i saopćavanja poruka i informacija.

Principi strateškog komuniciranja ne mogu se razvijati bez *procjene stavova javnosti* o radu Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, na osnovu koje Fakultet treba da stvori sliku, odnosno samopercepciju o svom imidžu i ugledu u zajednici. Na osnovu te slike, Fakultet procjenjuje koje su dobre strane, odnosno pozitivni aspekti njegovog rada koje građani primjećuju, a koje su potencijalni negativni stavovi koje komunikacijskom strategijom i odgovarajućim porukama treba mijenjati.

Pored procjene stavova javnosti, od izuzetne je važnosti i *kreiranje odgovarajućih komunikacijskih poruka* o radu Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, koje sve zajedno treba da čine jednu komunikacijsku cjelinu.

Iz navedenog proizlazi *opći strateški princip u komunikaciji i saradnji s medijima*, a koji podrazumijeva izgradnju kulture odgovorne, profesionalne i partnerske komunikacijske prakse, u kojoj svi zaposlenici Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu koji dolaze u

kontakt s medijima razumiju potrebe novinara i medija u njihovom profesionalnom djelovanju, nastoje im pomoći u radu, ali i očekuju od njih fer pristup i saradnju. Iz navedenog strateškog principa proizlazi nekoliko *zadataka u saradnji i odnosu Fakulteta i medija*, a koji se odnose na:

- Pravovremeno, tačno i profesionalno informisanje javnosti o svim aspektima djelovanja i rada Fakulteta;
- Proaktivno komunikacijsko djelovanje svih organizacijskih jedinica i osoba koje dolaze u kontakt s medijima;
- Fer tretman svih medija i novinara u pristupu resursima, informacijama, osobama i prostoru Fakulteta, bez diskriminacije ili privilegovanja po bilo kojoj osnovi;
- Pružanje podrške i pomoći medijima i novinarima u kreiranju sadržaja koji se tiču rada Fakulteta;
- Pružanje podrške i pomoći medijima i novinarima u razumijevanju nadležnosti, odgovornosti, pristupa i načina rada Fakulteta, kako bi oni dalje mogli na odgovarajući način iste prenijeti javnosti, odnosno građanima;
- Kreiranje pozitivne komunikacijske klime i saradnje sa medijima i novinarima.

Odnosi s medijima dio su odnosa s javnošću, kao kontinuiranog procesa slanja poruka i informacija javnosti, ali i prihvatanja poruka, stavova, mišljenja javnosti o radu Fakulteta, njihovog razumijevanja u širem kontekstu i prilagodbe očekivanjima javnosti. Dobrih odnosa s javnošću, kao ni odnosa s medijima nema bez dobrog i kvalitetnog rada Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, te Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu smatra kako je *jedan od ključnih zadataka u saradnji i odnosu Fakulteta i medija* predstaviti kvalitetan rad Fakulteta, minimizirati štetu po reputaciju i imidž Fakulteta u pojedinačnim kriznim situacijama, te postići osjećaj povjerenja u općoj javnosti.

No, pored direktne saradnje s medijima, u komunikaciji s javnostima Fakultet primjenjuje i druge komunikacijske kanale, uključujući i direktne i indirektne.

Direktni i indirektni komunikacijski kanali Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu treba da optimalno koristi komunikacijske kanale pri slanju poruka o svojim aktivnostima, uspjesima, koracima koje poduzima i prilagođava poruke kako komunikacijskim kanalima, tako i potrebama javnosti, čineći te poruke atraktivnim, kvalitetnim, pamtljivim i upečatljivim.

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu treba da vodi računa da u komunikaciji poruka budu ispoštovani *profesionalni standardi*, a koji se odnose na:

- Kvantitet informacija;
- Kvalitet informacija (razumljivost, jednostavnost, prilagođenost javnosti, multimedijalnost, lakoća prijenosa);
- Pravovremenost informacija (izbor odgovarajućeg trenutka za plasiranje poruka);
- Doseg informacija (izbor odgovarajućeg kanala komunikacije koji će obezbijediti da poruka stigne do onih kojima je namijenjena)

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu na raspolaganju ima *dva ključna tipa komunikacijskih kanala*:

- *Direktni komunikacijski kanali*: putem kojih se javnostima može obratiti direktno, bez posrednika u vidu novinara, a što uključuje: oglasne materijale (bilboardi, letci, promotivni materijali), društvene mreže (facebook, twitter, instagram, youtube kanal), web stranicu Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu;
- *Indirektni komunikacijski kanali*: putem kojih se Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu građanima može obratiti preko posrednika u vidu novinara, a što uključuje: štampane medije (dnevne, periodične), elektronske medije (radijske i televizijske stanice), te web portale.

Izbor komunikacijskih kanala i prilagodbu poruka njihovim specifičnostima vrši menadžment Fakulteta, u dogovoru sa voditeljima aktivnosti o kojima je potrebno obavijestiti javnosti.

Ciljne grupe Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu je u stalnom komunikacijskom odnosu i interakciji s javnošću. No, javnost nije homogena skupina koja u cjelosti reaguje na aktivnosti i poruke policije na jednak način. Iako je javnost općenito zainteresirana za rad Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu stepen tog interesa i odgovor na taj rad nisu isti kod sviju. Stoga je Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu usmjeren na cijeli niz različitih ciljnih javnosti ili *ciljnih grupa*, sa kojima treba različito komunicirati, kako bi se ostvario uspjeh i razvijao ugled, odnosno imidž.

U najširem smislu, ciljne grupe/javnosti dijelimo na:

- *Interne ili unutarnje*, koje čine svi zaposlenici Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, kao i svi studenti koji trenutno studiraju na Fakultetu;
- *Eksterne ili vanjske*, koje čine svi izvanjski akteri sa kojima je Fakultet u komunikaciji, a što uključuje: bivše i buduće studente, akademsku javnost, poslovnu zajednicu, nositelje javnih funkcija i nadležne obrazovne vlasti, međunarodnu zajednicu i širu javnost.

No, i unutar ovih ciljnih grupa postoje raznorodnosti, pa zaposlenici Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu kao interna javnost mogu biti razvrstani prema svojoj poziciji (nastavnici, saradnici, spoljni saradnici, administracija), dok eksterne ciljne grupe mogu biti segmentirane prema stepenu njihove trenutne interakcije sa Fakultetom (npr. pripadnici akademske javnosti trenutno uključeni u projekte sa Fakultetom i sl.)

Fakultet političkih nauka sa internim ciljnim grupama komunicira direktno, ne putem medija, dok se prema eksternim ciljnim grupama komunikacija odvija putem direktnih komunikacijskih kanala i indirektnih komunikacijskih kanala/medija.

Ovdje je važno napomenuti da u savremenom dobu online komunikacija svaki predstavnik interne ciljne grupe, odnosno uposlenik Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu u očima javnosti jeste odgovoran za ugled i imidž Fakulteta i u tom kontekstu Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu čini kontinuirane napore na osvještavanju i edukaciji svih pripadnika interne javnosti o kvalitetnom i odgovornom komuniciranju, a što uključuje set dokumenata i programa edukacije koji se razvijaju za potrebe podizanja kvaliteta komunikacije:

- Akcioni plan za primjenu Strategije komunikacija i saradnje s medijima Fakulteta političkih nauka Univerziteta u sarajevu;
- Vodič za poslovnu komunikaciju Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu;
- Pravila za organiziranje događaja na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (radni materijal kreiran);
- Vodič za odnose s medijima Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu;
- Vodič za kriznu komunikaciju Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu;
- Program edukacije nastavnika i saradnika za kvalitetniju komunikaciju sa studentima (program kreiran i testiran u saradnji Centra za cjeloživotno učenje Fakulteta i DVV International kroz pilot edukaciju asistenata 2018. godine);
- Program edukacije administrativnog osoblja za kvalitetniju komunikaciju sa studentima;
- Program edukacije nastavnog i nenastavnog osoblja za kvalitetniju komunikaciju sa medijima.;
- Godišnji kalendar aktivnosti Fakulteta, u svrhu njihove sinhronizacije, koordinacije i pravovremenog obaveštavanja interne i eksterne javnosti o njima.

Programi edukacije bit će (ili su već) kreirani i izvođeni u Centru za cjeloživotno učenje Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Ciljevi strateške komunikacije i saradnje s medijima

Opći cilj strateške komunikacije i saradnje s medijima je povećati vidljivost i poboljšati imidž Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, u akademskoj i široj javnosti, u Bosni i Hercegovini i inozemstvu.

Specifični ciljevi komunikacije i saradnje s medijima mogu se definirati prema oblastima djelovanja Fakulteta i specifičnim ciljnim javnostima, te operacionalizirati kroz konkretne aktivnosti, a što uključuje:

- *Interna komunikacija – cilj: unaprijediti kvalitet interne komunikacije i postići viši nivo komunikacijske kulture unutar Fakulteta*, kako među nastavnicima i saradnicima, tako i među nastavnicima, saradnicima i studentima, studentima međusobno, nastavnim osobljem, studentima i administracijom itd. *Operativni ciljevi* u ovom kontekstu su:
 - Razvijanje zajedničke, integrisane korporativne kulture i podrške zajedničkim strateškim ciljevima;
 - Efektivno komuniciranje usvojene Strategije svim nastavnicima, saradnicima, akademskom osoblju i studentima;
 - Podsticanje osjećaja pripadnosti i identifikovanja sa Fakultetom političkih nauka Univerziteta u Sarajevu;
 - Promoviranje akademskih vrijednosti i kulture.

- *Nastavni proces – cilj: podići nivo kvaliteta komunikacije između nastavnika, saradnika i studenata. Operativni ciljevi* u ovom kontekstu su:
 - Stavljanje studenta u središte nastavnog procesa i fokus na razvoj znanja, vještina i kompetencija studenata, a ne na nastavni sadržaj koji se „isporučuje“ studentima;
 - Podizanje kvaliteta i kulture komunikacije u nastavnom procesu;
 - Ujednačavanje standarda i kriterija komunikacije između nastavnika, saradnika i studenata;
 - Sprječavanje negativnih pojava kršenja komunikacijskih kodova između nastavnika, saradnika i studenata;

- Edukacija i saradnja na podizanju nivoa komunikacije između akademskog osoblja i studenata;
 - Kontinuiran monitoring i evaluacija nastavnog procesa.
- *Naučno-istraživački rad – cilj: povećati prisutnosti i vidljivost u akademskoj javnosti i kvalitetno prezentirati naučno-istraživačke rezultate. Operativni ciljevi u ovom kontekstu su:*
- Omogućavanje veće prisutnosti i vidljivosti nauke i naučno-istraživačkog rada u javnosti;
 - Doprinos afirmaciji istraživača i naučno-istraživačkog rada kroz promociju konkretnih projekata;
 - Poticanje objavljivanja rezultata naučnih istraživanja u relevantnim i referentnim časopisima i bazama;
 - Kontinuirana samoevaluacija naučno-istraživačkih postignuća nastavnika i saradnika.
- *Međunarodna saradnja – cilj: povećati međunarodnu vidljivost Fakulteta. Specifični ciljevi u ovom kontekstu su:*
- Intenziviranje komunikacije i apliciranje na projekte sa većim brojem istraživača iz regije i svijeta;
 - Intenziviranje komunikacije u svrhu podizanja broja incoming i outcoming studenata u razmjeni;
 - Organiziranje većeg broja gostujućih predavanja kako dolazećih gostujućih profesora, tako i profesora sa Fakulteta u inozemstvu;
 - Organiziranje International week, kao događaja zanimljivog za studente, ali i širu javnost.
- *Bivši i sadašnji studenti – cilj: povećati nivo komunikacije i saradnje sa studentima izvan nastavnog procesa. Specifični ciljevi u ovom kontekstu su:*
- Kroz komunikacijske kanale koje studenti koriste plasiranje informacije koje su njima zanimljive;
 - Uključivanje studenata u promociju Fakulteta;
 - Angažiranje studenata na volonterskim, društveno odgovornim aktivnostima i u naučno istraživačkim projektima;

- Uspostavljanje Alumni asocijacije Fakulteta;
 - Kontinuirana komunikacija sa alumni Fakulteta.
- *Saradnja sa poslovnom i društvenom zajednicom – cilj: unaprijediti saradnju i promovirati bolje odnose s poslovnom zajednicom. Operativni ciljevi u ovom kontekstu su:*
- Unaprjeđenje kontakata i saradnje s poslovnom i društvenom zajednicom u cilju realizacije studentske prakse;
 - Potpisivanje ugovora o saradnji sa firmama, organizacijama i institucijama koje su prirodno partneri Fakulteta;
 - Promoviranje angažmana nastavnog osoblja na konsultantskim i društveno-angažiranim poslovima i aktivnostima.
- *Eksterna komunikacija, promocija i branding – cilj: ostvariti sistematičan i koordiniran pristup promociji i brandingu Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Specifični ciljevi u ovom kontekstu su:*
- Uspostavljanje Odjela za PR Fakulteta;
 - Donošenje svih strateških i operativnih dokumenata na osnovu ove Strategije i osiguranje njihove kvalitetne primjene u praksi;
 - Razvijanje brenda i imidža Fakulteta.

Svi navedeni ciljevi su dalje operacionalizirani kroz *Akcionni plan za primjenu Strategije komunikacije i saradnje s medijima Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.*

Osnovni komunikacijski alati

U svojoj komunikaciji s javnostima i saradnji s medijima Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu koristi neke ključne *komunikacijske alate*, koji uključuju:

- *Klasični medijski alati:*
 - Saopćenja za medije
 - Konferencije za štampu
 - Sastanci (poluformalni) sa medijima i novinarima
 - Intervjui u medijima menadžmenta Fakulteta o radu Fakulteta
 - Nastupi u TV i radijskim emisijama osoblja Fakulteta o različitim temama iz domena njihove ekspertize
- *Događaji:*
 - Sastanci
 - Debate
 - Okrugli stolovi
 - Savjetovanja
 - Naučne i stručne konferencije
 - Tribine
 - Javne rasprave
 - Sajmovi
 - Obilježavanje godišnjica
 - Dani otvorenih vrata
 - Radionice
 - Kulturni i sportski događaji
- *Štampani materijali:*
 - Publikacije Fakulteta (knjige u izdanju FPN)
 - Časopisi Fakulteta
 - Godišnjaci Fakulteta
 - Brošure i flajeri
- *Marketinški alati:*
 - Oglasi
 - Bilboardi i city lights
 - Audio i video produkcija (džinglovi, video spotovi, filmovi)

- Promo materijali (brendirani proizvodi sa logom Fakulteta)
- Materijali za web i društvene medije
- Viber stickeri
- Aplikacije za mobilne uređaje
- Internet stranica
- Facebook oglašavanje
- Kvizovi, nagradne igre
- Hash tagovi
- Facebook i google adds
- Video poruke
- Online ankete
- *Sadržaji prilagođeni osobama sa invaliditetom:*
 - Natpisi na Fakultetu i sadržaji iz nastave i materijali na Brajevom pismu
 - Sadržaji iz nastave i materijali Fakulteta dostupni u audio formatu
 - Prevođenje na znakovni jezik predavanja kada je to potrebno

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu navedene komunikacijske alate koristi u skladu s potrebama i materijalnim mogućnostima.

Odnosi s medijima – pristup i metode/aktivnosti

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu odnosima s medijima pristupa *na odgovoran, dosljedan i proaktivan način*. Strateški principi i ciljevi operacionaliziraju se nizom aktivnosti koje se poduzimaju kontinuirano ili po ukazanoj potrebi. Te aktivnosti uključuju:

- Koordinaciju i komunikaciju unutar Fakulteta, u svrhu postizanja odgovarajućeg nivoa informisanosti o tekućim aktivnostima, projektima i događajima, kako bi se o njima na zahtjev novinara i medija imale odgovarajuće informacije;
- Planiranje, kreiranje i razvijanje principa i metoda rada s medijima, kako bi se na sve upite novinara odgovorilo blagovremeno i na odgovarajući način (reakivno djelovanje), ali i kako bi se medijima i novinarima pružale odgovarajuće informacije i ukazivalo na određena pitanja i teme na proaktivan način;
- Svakodnevne aktivnosti u polju odnosa s medijima, odnosno komunikacija s novinarima iz lokalnih, regionalnih, međunarodnih novinskih agencija, štampanih, elektronskih i online medija;
- Razvijanje partnerskih odnosa s predstavnicima medijskih kuća;
- Razvijanje planova i strategija krizne komunikacije, koji su brzo i efikasno primjenjivi i upotrebljivi u slučaju neplaniranih događaja ili kriza;
- Priprema medijskih sadržaja i materijala za medije – razne vrste objava za medije, za različitu publiku ili tip medija, priprema sadržaja za direktne komunikacijske kanale, kontinuirano ažuriranje sadržaja na online platformama;
- Organiziranje događaja zanimljivih i važnih za medije.

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu u saradnji s medijima koristi niz *komunikacijskih alata*, čiji izbor i primjena ovise o ciljnoj grupi kojoj se obraća, poruci koju treba iskomunicirati, reakciji koja se očekuje ili želi proizvesti, te doseg koji se želi ostvariti. Neki od tih alata uključuju:

- Neposredan kontakt s novinarima;
- Posredne komunikacijske alate (telefon, SMS, elektronička pošta);
- Organizirane događaje za medije (izjave, intervjui, press konferencije, prezentacije);

- Pisane sadržaje za medije (saopćenja, obavještenja, reagovanja, demanti, izvještaji o radu);
- Promotivne materijale (oglasi, slogani, kampanje za objavu u medijima).

Kao institucija koja obrazuje buduće novinare i PR stručnjake, Fakultet političkih nauka razumije specifičnost rada medija i novinara, koja uključuje potrebu za zvaničnim informacijama i sagovornicima, promptnu reakciju uslijed postojanja rokova za objavu informacija, pristup određenim lokacijama, informacijama ili ljudima u datom trenutku, i čini sve napore da onda kada je to moguće izađe u susret novinarima i pomogne u izvršavanju njihovih zadataka.

Evaluacija uspješnosti saradnje s medijima

Evaluacija uspješnosti saradnje s medijima mora se provoditi kontinuirano, te treba uključivati kako *kvantitativne parametre analize* (press clipping, odnosno broj objava u medijima, s posebnim akcentom na broj pozitivnih objava), tako i *kvalitativne parametre analize* (stepen zadovoljstva novinara i medija saradnjom s Fakultetom političkih nauka, povjerenje medija i novinara, izgrađen odnos s medijima i novinarima).

Nekoliko je ključnih aktivnosti koje bi Fakultet trebao poduzimati, a u svrhu evaluacije uspješnosti saradnje s medijima i unaprjeđenja te saradnje:

- Kontinuirano praćenje objava u medijima i njihovo selektiranje po principu: pozitivne/negativne ;
- Povremeno istraživanje stavova javnosti o Fakultetu i njegovim aktivnostima;
- Unaprjeđenje komunikacije s medijima: organiziranje druženja i diskusija s novinarima;
- Procjena komunikacijske prakse u odnosima s medijima barem jednom godišnje, kako bi se utvrdile dobre prakse koje treba nastaviti primjenjivati, kao i manje dobre prakse koje treba mijenjati.

Zaključak

Strategija komunikacije i saradnje s medijima kreirana je kako bi sistematizirala ključne postulate, principe, standarde i pristupe u komunikaciji Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu sa specifičnim javnostima koje su za njega zainteresirane, kao i sa medijima, kao kanalima komunikacije s tim javnostima. Strategija treba da služi kao polazna osnova za planiranje, organiziranje, provedbu i evaluaciju komunikacijskih aktivnosti i odnosa s medijima, i kao takva bit će operacionalizirana nizom drugih dokumenata, planova i uputa. Njenom dosljednom provedbom i kvalitetnom operacionalizacijom u svakodnevnoj praksi unaprijedit će se saradnja s medijima, kao i interne i eksterne komunikacijske aktivnosti, a posredno i poboljšati kvalitet komunikacijskih poruka koje putem medija dolaze do javnosti, a tiču se rada i djelovanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.