

STRATEŠKI ODNOSI S JAVNOŠĆU NA JAVNIM SVEUČILIŠTIMA S POSEBNIM OSVRTOM NA SVEUČILIŠTE SJEVER

STRATEGIC PUBLIC RELATIONS AT PUBLIC UNIVERSITIES WITH A SPECIAL FOCUS ON UNIVERSITY NORTH

Antonia TOMAŠ

Sveučilište Sjever

Trg dr. Žarka Dolinara 1, Koprivnica
antomas@unin.hr

Received/Primljeno: 23. 7. 2024.

Accepted/Prihvaćeno: 19. 11. 2024.

Original scientific paper/Izvorni znanstveni rad
UDK / UDC: [378.4+659.4] (497.5)"20"
659.441

Petra KUHAR

Sveučilište Sjever

Trg dr. Žarka Dolinara 1, Koprivnica
petra.kuhar@unin.hr

Mario TOMIŠA

Sveučilište Sjever

Trg dr. Žarka Dolinara 1, Koprivnica
mario.tomisa@unin.hr

SAŽETAK

Ovaj rad istražuje strategije, izazove i potencijale odnosa s javnošću na devet javnih sveučilišta u Republici Hrvatskoj, s posebnim fokusom na Sveučilište Sjever. Cilj istraživanja je klasificirati odnose s javnošću, analizirati komunikacijske aktivnosti na web stranicama i društvenim mrežama, identificirati strategije i taktike, provesti komparativnu analizu među sveučilištima te primijeniti empirijske metode za razumijevanje percepcije dionika. Metodologija rada temelji se na kvalitativnoj analizi sadržaja web stranica i praćenju aktivnosti na društvenim mrežama, analizi komunikacijskih materijala, društvenih mreža i sadržaja, metodi konkretizacije, komparativnoj analizi, empirijskoj metodi te sintezi za izvlačenje zaključaka. U kontekstu sveučilišta, odnosi s javnošću postaju ključni za održavanje reputacije, privlačenje studenata i rješavanje raznovrsnih problema kao što su financijski izazovi, nedostatak resursa te pronalazak posla diplomiranih studenata. Istraživanje je pokazalo da su odnosi s javnošću na javnim sveučilištima u Republici Hrvatskoj u fazi razvoja, s velikim potencijalom za napredak. Sveučilište Sjever se ističe aktivnim pristupom strateškim odnosima s javnošću, korištenjem modernih komunikacijskih kanala i fokusom na dvosmjernu komunikaciju. Ipak, postoje i izazovi s kojima se sveučilišta suočavaju, kao što su ograničeni resursi, nedostatak koordinacije i potreba za jačanjem profesionalnih kapaciteta u području odnosa s javnošću. Zaključak ovog istraživanja sugerira potrebu za daljnjim istraživanjem i unapređenjem prakse odnosa s javnošću na javnim sveučilištima u Republici Hrvatskoj, s ciljem osiguranja njihove uspješne integracije u institucije visokog obrazovanja i odgovaranja na specifične potrebe njihovih dionika.

Ključne riječi: javna sveučilišta, odnosi s javnošću, komunikacijske strategije, Sveučilište Sjever

Keywords: public universities, public relations, communication strategies, University North

1. UVOD

Obrazovanje, kao temeljni stup društva, predstavlja izazov od neizmjerne važnosti za svakog pojedinca. Mladi ljudi suočavaju se s obavezom stjecanja znanja kako bi se uspješno nosili s izazovima života. U kontekstu današnjeg društva, gdje obrazovne institucije često nailaze na brojne izazove, odnosi s javnošću postaju ključni za njihovo uspješno funkcioniranje. Ovaj rad istražuje značaj odnosa s javnošću u kontekstu javnih sveučilišta, fokusirajući se na njihove specifičnosti i izazove. Tijekom vremena, obrazovne institucije suočavaju se s raznolikim problemima koji proizlaze iz širokog spektra društvenih pitanja. U visokom školstvu, gdje troškovi obrazovanja postaju sve veći, diplomirani studenti suočavaju se s izazovom pronalazjenja posla nakon završetka studija. Financijski izazovi dodatno se pogoršavaju nedostatkom prostora i oskudnim financijskim sredstvima. U ovom kontekstu, odnosi s javnošću i strateška komunikacija postaju ključni za održavanje reputacije sveučilišta i privlačenje studenata. Važnost odnosa s javnošću u obrazovnim institucijama dodatno je naglašena poviješću, posebice kroz primjer Sveučilišta Harvard. Prva agencija za odnose s javnošću na svijetu započela je suradnju s Harvardom, danas najprestižnijim sveučilištem na svijetu. To svjedoči o važnosti strateškog komuniciranja u obrazovanju te pokazuje da čak i najuglednije institucije prepoznaju potrebu za održavanjem pozitivnih odnosa s različitim javnostima. Strateška komunikacija je svrhovito korištenje komunikacije od strane organizacije kako bi ispunila svoju misiju.¹ Stoga, strateška komunikacija u kontekstu javnih sveučilišta je kontinuirani i planirani proces izgradnje i održavanja dvosmjerne komunikacije s relevantnim javnostima. Cilj strateškog komuniciranja je osigurati da sveučilište postigne svoje strateške ciljeve, kao što su privlačenje studenata, jačanje reputacije i osiguranje financijske potpore. S obzirom na navedene činjenice, postaje jasno da obrazovne institucije, posebice sveučilišta, moraju intenzivirati svoje napore u upravljanju odnosima s javnošću kako bi se uspješno nosile s izazovima suvremenog društva. Rad je strukturiran u dva dijela. Prvi dio obrađuje teorijski okvir uključujući mjesto odnosa s javnošću u obrazovnim institucijama, percepciju javnosti o javnim sveučilištima, komunikacijske kanale korištene za doseganje javnosti, odnos između sveučilišta i društvene zajednice, te ulogu marketinga i sporta u oblikovanju pozitivne percepcije o sveučilištima. Drugi dio istražuje konkretne primjere kroz analizu osam javnih sveučilišta Republike Hrvatske. Ovdje se detaljno analiziraju aspekti organizacije ureda za odnose s javnošću, njihove zadaće, komunikacijski kanali i tehnike, identificirane strateške javnosti, suradnja s društvenom zajednicom te marketinške strategije i uloga sporta. Nakon što su pregledani primjeri ostalih sveučilišta, fokus istraživanja prelazi na Sveučilište Sjever, gdje se isti aspekti analiziraju i evaluiraju. Rad ima za cilj istražiti strategije, izazove i potencijale odnosa s javnošću u kontekstu javnih sveučilišta u Republici Hrvatskoj, s naglaskom na Sveučilištu Sjever. Prikazati će se strategije, izazove i potencijale koje odnosi s javnošću pružaju u kontekstu javnih sveučilišta, s ciljem stvaranja temelja za daljnje istraživanje i unapređenje prakse.

2. MJESTO ODNOSA S JAVNOŠĆU U OBRAZOVNIM INSTITUCIJAMA

Javna sveučilišta, kao ključne institucije u obrazovnom sustavu, nose posebne izazove i odgovornosti u odnosima s javnošću. Na uglednim sveučilištima diljem svijeta, posebice u razvijenim zemljama, posebna pažnja se posvećuje razvoju odnosa s javnošću. Smatra se da su uredi za odnose s javnošću ključni za uspješno funkcioniranje sveučilišnih zajednica.² Strateški pristup omogućuje sveučilištima da proaktivno komuniciraju, izgrađuju dugoročne odnose s javnošću te odgovaraju na pitanja i izazove koji proizlaze iz njihove misije i djelovanja.

3. JAVNOSTI JAVNIH SVEUČILIŠTA

U svrhu ostvarivanja svojih ciljeva i izvršavanja misije, obrazovne institucije moraju prepoznati, definirati i segmentirati svoje raznolike javnosti. Važno je naglasiti heterogenost javnosti te uspostaviti suradnju putem prilagođenih komunikacijskih kanala.

¹ K. HALLAHAN, D. HOLTZHAUSEN, B. van RULER, D. VERČIĆ, K. SRIRAMESH, *Defining strategic communication*, International Journal of Strategic Communication, 1, 2007. 3 - 35.

² Zoran TOMIĆ, *Odnosi s javnošću – teorija i praksa*, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2016., 431. – 432.

Unutarnje javnosti svih obrazovnih institucija uključuju studente, profesore, fakultetsko osoblje (strukovni suradnici, tehničko osoblje), administraciju, bivši studenti (alumni). Važno je napomenuti da čak i unutar jedne javnosti, poput studenata, postoje različite zemljopisne, rasne, kulturalne karakteristike te različiti pogledi, potrebe i očekivanja. Primjerice, u kategoriju studenti ulaze preddiplomski studenti, diplomski studenti, doktorandi, studenti na razmjenu, studenti s invaliditetom, studenti iz različitih socioekonomskih sredina. Stoga, detaljno razumijevanje svake podskupine doprinosi boljem oblikovanju strategija komunikacije.

Vanjske javnosti čine skupine izvan organizacije, a to su lokalna zajednica (stanovnici, lokalna vlast, lokalna gospodarstvena djelatnost, udruge građana, škole, vrtići), poslovna zajednica (poduzeća, gospodarske komore, poduzetnički centri, agencije za zapošljavanje), vlast (Vlada, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Agencija za znanost i visoko obrazovane, županijski i gradski odbori), mediji (lokalne novine, nacionalne novine, televizija, radio, internetski portali), potencijalni studenti (učenici srednjih škola, studenti iz inozemstva, odrasli), financijske institucije, institucije Europske unije (Europska komisija, Erasmus+ program, Marie Skłodowska-Curie Actions), međunarodne institucije (UNESCO, OECD), izdavači i izdavačke kuće, druge obrazovne institucije (Sveučilišta u Hrvatskoj, sveučilišta u inozemstvu, srednje i osnovne škole).³ Ostale relevantne javnosti javnih sveučilišta čine: Rektorski forumi (Hrvatski rektorski zbor, Europski rektorski forum), EUA Vijeće za doktorsko obrazovanje, Mreža sveučilišta iz glavnih gradova Europe, Međunarodno udruženje sveučilišta, Udruga za akademsku suradnju, sindikati. Upravljanje odnosima s raznolikim javnostima ključno je za uspješnost obrazovnih institucija, a prilagođene strategije odnosa s javnošću nužne su za izgradnju povjerenja, podrške i pozitivne slike o instituciji u široj zajednici.⁴

4. MEDIJI – KOMUNIKACIJSKI KANALI

Mediji su tvrtke koje se bave prikupljanjem, obradom i plasiranjem informacija i dovode nas u dodir sa svijetom koji je izvan našeg neposrednog dodira.⁵ Sveučilišta koriste raznolike komunikacijske kanale kako bi učinkovito doprle do svoje ciljane javnosti te integriraju mainstream i nove medija. Kombiniranje različitih kanala, sveučilišta mogu doći do šire i raznolike javnosti, doprinosi efektivnijoj komunikaciji, većoj angažiranosti te jačanju imidža. U suvremenom dobu, novi mediji zauzimaju ključno mjesto među najkorištenijim i najučinkovitijim kanalima. Gotovo sve škole i fakulteti održavaju svoje web stranice koje pružaju obilje informacija o odjelima, uvjetima za stjecanje diplome, nastavnom osoblju, financijskim uvjetima te postupcima prijave na pojedini fakultet. Odnosno web stranice predstavljaju centralnu platformu za prezentaciju institucije, programa, kontakata i relevantnih informacija. Osim novih tehnologija, koje nude brojne mogućnosti, sveučilišta i dalje koriste i tradicionalne audio i vizualne kanale poput radija i televizije. Ovi mediji ostaju nezaobilazni u sveučilišnim komunikacijskim strategijama. Interpersonalna komunikacija ostaje ključan kanal na sveučilištima, a osobna komunikacija dominira u svakodnevnim interakcijama. Uzimajući u obzir i druge komunikacijske kanale i podkanale (poput marketinških), ovo su osnovni, a poruke se oblikuju kroz različite tehnike. Sudjelovanje u javnim raspravama pomaže u pozicioniranju sveučilišta kao relevantnog aktera u akademskoj i široj zajednici. Organiziranje događaja, kao što su konferencije, seminari i sajmovi obrazovanja, omogućuje direktnu interakciju s publikom, naglaskom na vanjsku javnost. Konferencije za medije također su važan alat u životu sveučilišta, iako nisu tako česte. Rektori sveučilišta primjenjuju različite tehnike, poput brifinga, prijama, posjeta, govora te sudjelovanja u predstavljanjima knjiga. Sveučilišta koriste raznolike tehnike komunikacije, pri čemu intenzitet korištenja tih tehnika varira u odnosu na poslovni svijet.

³ Janis HENDERSON, *Educational Public Relations* in: Handbook of Public Relations, Robert HEATH (ur.), Sage Pub. Thousand Oaks, 2001., 536.

⁴ Antonia TOMAŠ, *Komunikacijski menadžment*, AT Communication Story, Zagreb, 2022., 127 - 128.

⁵ Otis BASKIN, Craig ARONOFF, Dan LATTIMORE, *Public Relations – The Profession and the Practice*, McGraw Hill, Boston, 1997., 197.

5. ODNOSI S MEDIJIMA

U 21. stoljeću, era tehnoloških dostignuća, mediji su postali ključni čimbenik u globalnoj masovnoj komunikaciji. Održavanje odnosa s različitim medijima predstavlja značajan dio truda djelatnika za odnose s javnošću u obrazovnim institucijama. Ova aktivnost obuhvaća slanje vijesti medijima, predlaganje priča novinarima te praćenje objavljenih informacija u različitim medijskim izvorima.⁶ Međutim, istraživanja pokazuju da dosadašnji naponi u održavanju takvog stalnog protoka informacija nisu bili uspješni ni za škole ni za medije. U proteklih dvadeset godina, karakteristike kritičkog pristupa pružanju informacija iz obrazovnog sektora u SAD-u su sljedeće:⁷ pružanje informacija iz obrazovanja često nedostaje konteksta i perspektive; članci se često usredotočuju na pojedinačne priče umjesto na široke trendove; novinari često nisu spremni istražiti ispod površine ili integrirati trenutne događaje u širi kontekst; mediji često personaliziraju vijesti; informacije koje mediji pružaju često su površne i nedostajućeg značaja. Djelatnici za odnose s javnošću u svom svakodnevnom radu koriste kontrolirane i nekontrolirane medije.⁸ Kontrolirani mediji pružaju platformu za usmjeravanje poruke i njene prezentacije. Web stranica sveučilišta predstavlja centralno čvorište, s djelatnicima za odnose s javnošću koji imaju potpunu kontrolu nad objavljenim informacijama.. Sveučilišne publikacije, poput brošura i časopisa, također podliježu nadzoru djelatnika za odnose s javnošću, informirajući studente, alumne i širu javnost o akademskim ponudama i istraživačkim aktivnostima. Društvene mreže se koriste za direktnu komunikaciju, ali i one prolaze kroz moderiranje i odobravanje sadržaja od strane djelatnika za odnose s javnošću. Dok nekontrolirani mediji zahtijevaju drugačiju strategiju. Mainstream mediji, kao što su novinski članci, televizijski izvještaji i radio emisije, djeluju nezavisno. Djelatnici za odnose s javnošću ipak mogu proaktivno surađivati s novinarima pružajući im izvještaje i obavještavajući ih o relevantnim događajima.

6. SVEUČILIŠTA I DRUŠTVENA ZAJEDNICA

Svaka obrazovna institucija djeluje unutar određene zajednice, stoga održavanje dobrih odnosa s tom zajednicom, kao i sa školama, predstavlja ključni aspekt njezinog uspjeha. Stalna i otvorena komunikacija sa svim segmentima društvene zajednice pridonosi izgradnji pozitivnih odnosa, stvaranju naklonosti te zasluživanju poštovanja. S obzirom na važnost odnosa između zajednice i obrazovnih institucija, postoje strategije koje potiču veći doprinos i participaciju zajednice. Članovi sveučilišne zajednice aktivno sudjeluju u raznim kulturnim, nevladinim, sportskim i drugim organizacijama kako bi oblikovali društvenu zajednicu i izgradili snažan identitet s njom. Ova angažiranost ne samo da promiče suradnju između obrazovnih institucija i lokalne zajednice, već i potiče na raznolike društvene aktivnosti koje doprinose širem društvenom dobru.

7. MARKETING I IZDAVAŠTVO

Sveučilišta dodatno jačaju svoje programe odnosa s javnošću kroz integraciju s marketinškim programima, stvarajući tako usklađenu marketinšku komunikaciju s ciljem maksimalizacije potencijala sveučilišta. Ovaj pristup uključuje oblikovanje prepoznatljivog vizualnog identiteta putem izrade knjige grafičkih standarda te osmišljavanje prostora za komercijalnu reklamu unutar sveučilišnih kampusa. Nakladništvo pridonosi brendiranju i kreiranju imidža sveučilišta. Većina sveučilišta danas posjeduje vlastitu izdavačku kuću koja objavljuje većinu njihovih tiskanih materijala. Na primjer, poznatu knjigu »Public Relations« autora E. Bernaysa objavio je University of Oklahoma Press 1952. godine, a knjigu »Strategy« izdao je Harvard Business School Press. Također, »Political Communication Today« autora D. Watts objavio je Manchester University Press i mnogi drugi. Osim sveučilišnih udžbenika, ove izdavačke kuće također objavljuju različite vrste publikacija, uključujući priručnike, godišnjake, monografije, filmove, vodiče, planove predavanja, brošure, plakate, letke i slično. Tako se sveučilišta i njih-

⁶ Michael KUNCZIKA, Astrid ZIPFEL, *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, FES, Zagreb, 2006.

⁷ J. HENDERSON, nav. dj., 541.

⁸ Scott Munson CUTLIP, Allen. H. CENTER, Glen M. BROOM, *Odnosi s javnošću*, Mate, 2003., 284.

ve sastavnice ističu kao važni izdavači raznolikih materijala.⁹ Svjetski poznata sveučilišta poput Oxforda, Cambridgea, MIT-a i Columbia sve imaju vlastite nakladničke kuće koje igraju značajnu ulogu u širenju znanja i pridonosenju ugledu tih sveučilišta.

8. SPORT

Odnosi s javnošću na sveučilištima igraju ključnu ulogu u promociji sportskih uspjeha studenata. Kroz strategije PR-a, sveučilišta imaju priliku istaknuti sportske podvige studenata na lokalnim, nacionalnim i međunarodnim razinama, stvarajući pozitivnu percepciju institucije i potičući zajednicu. Razvoj sportskih aktivnosti na sveučilištima diljem svijeta ima značajan utjecaj na izgradnju imidža tih obrazovnih institucija. Velika sveučilišta ulažu značajna financijska sredstva u različite sportske discipline kako bi promovirala zdrav način života, razvijala sportske talente te izgrađivala globalni renome. Košarka, nogomet, atletika, kriket, bejzbol, odbojka, rukomet, borilački sportovi i mnoge druge discipline čine sastavni dio sveučilišnog sportskog svijeta. Sveučilišni sportaši imaju priliku predstavljati svoje obrazovne institucije na velikim međunarodnim natjecanjima poput Univerzijade, gdje studenti iz cijelog svijeta promiču sport, zdrav način života, ali i svoja sveučilišta i zemlje iz kojih dolaze.¹⁰

9. ISTRAŽIVANJE

Predmet istraživanja ovoga rada je analiza strateških odnosa s javnošću na devet javnih sveučilišta u Republici Hrvatskoj, s posebnim naglaskom na istraživanje Sveučilišta Sjever. Ciljevi istraživanja obuhvaćaju klasifikaciju strateških odnosa s javnošću, analizu komunikacijskih aktivnosti na web stranicama i društvenim mrežama, identifikaciju konkretnih strategija i taktika, komparativnu analizu pristupa među sveučilištima te primjenu empirijske metode za dobivanje uvida u percepciju dionika.

Metodologija rada temelji se na kvalitativnoj metodologiji, uključujući analizu sadržaja web stranica, praćenje aktivnosti na društvenim mrežama, analizu komunikacijskih materijala, društvene mreže, analiza sadržaja, metoda konkretizacije, komparativna analiza, empirijska metoda te sinteza za stvaranje zaključaka.

Hipoteze:

H1. *Strateški odnosi s javnošću predstavljaju ključnu funkciju sveučilišnog menadžmenta koja ima zadatak povezivanja sveučilišta sa svojom strateškom javnošću.*

H2. *Službe ili uredi za odnose s javnošću na javnim sveučilištima često su pozicionirani na srednjoj razini ustroja, ne čineći dio dominantne koalicije niti se nalaze na najvišoj, stožernoj razini.*

H3. *Sveučilišta putem vlastitih i javnih komunikacijskih kanala aktivno komuniciraju sa svojim strateškim javnostima kako bi ojačali svoj imidž, identitet i reputaciju.*

H4. *Studenti i budući studenti, kao jedna od ključnih ciljnih javnosti, dominantno se informiraju o radu sveučilišta kroz društvene mreže.*

H5. *Alumni klubovi imaju značajan doprinos povezivanju tržišta sa sveučilištima, pridonoseći izgradnji dugoročnih odnosa i održavanju veza s bivšim studentima.*

Iz hipoteza proizlaze sljedeća istraživačka pitanja:

IP1: Kako strateški odnosi s javnošću funkcionalno povezuju sveučilišta sa svojom strateškom javnošću?

IP2: Kako su organizirani službe ili uredi za odnose s javnošću na javnim sveučilištima u Republici Hrvatskoj?

IP3: Na koji način sveučilišta aktivno komuniciraju sa svojim strateškim javnostima kroz vlastite i javne komunikacijske kanale?

IP4: Kako studenti i budući studenti koriste društvene mreže za informiranje o radu sveučilišta?

IP5: Kako alumni klubovi doprinose povezivanju tržišta sa sveučilištima?

⁹ Miro RADALJ, *Odnosi s javnošću u neprofitnim organizacijama*, Hrvatska sveučilišna naklada, HUOJ, Zagreb, 2018., 164.

¹⁰ Z. TOMIĆ, *nav.dj.*, 454.

9.1. Ustroj javnih sveučilišta Republike Hrvatske i mjesto odnosa sa javnošću

Struktura devet javnih sveučilišta Republike Hrvatske varira ovisno o specifičnostima svakog sveučilišta i promjenama koje se događaju tijekom vremena.

Sveučilište u Zagrebu ima raznoliku strukturu koja obuhvaća ključne entitete odgovorne za vođenje i upravljanje sveučilišnim procesima. Na vrhu te hijerarhije nalazi se rektorat, predvođen rektorom, koji ima ključnu ulogu u donošenju strateških odluka i vođenju sveučilišta prema postavljenim ciljevima. Rektorat obuhvaća prorektore/ice i administrativne odjele koji podržavaju različite aspekte rada sveučilišta. Sastavnice sveučilišta čine temeljnu strukturu, a to su fakulteti, akademije i druge obrazovne jedinice. Svaka sastavnica djeluje autonomno unutar svojih okvira, nudeći različite studijske programe, istraživačke projekte i specifične discipline. Ovisno o veličini sveučilišta, sastavnice mogu imati različite razine autonomije i administrativnih tijela. Senat predstavlja tijelo koje donosi ključne odluke na sveučilištu. U njemu se obično nalaze visoko rangirani predstavnici sastavnica, stručnjaci iz različitih područja i predstavnici studenata. Senat ima ulogu u odobravanju strateških smjernica, studijskih programa te imenovanju ključnih osoba na sveučilištu. Studentski zbor predstavlja studentsko tijelo koje zastupa interese studenata na sveučilištu. Odsjeci i katedre organizirani su unutar sastavnica, a odgovorni su za provedbu nastave, vođenje istraživanja te organizaciju specifičnih disciplina. Unutar njih djeluju nastavnici, istraživači i administrativno osoblje. U okviru Sveučilišta u Zagrebu, djeluje Ured za odnose s javnošću te igra značajnu ulogu u uspostavi veza sa širom javnošću. Njihova uloga uključuje kreiranje i održavanje pozitivne slike o sveučilištu, komunikaciju s medijima, organizaciju događanja te podršku marketinškim aktivnostima.¹¹

Sveučilište u Zadru organizirano je u skladu s kompleksnim sustavom jedinica kako bi se omogućilo učinkovito upravljanje različitim aspektima sveučilišnog života. U središtu svega nalazi se Rektorat, koji koordinira različite funkcije unutar sveučilišne zajednice. Kabinet rektora sastoji se od Voditelja kabineta rektora, Ureda rektora i Logistika Kabineta rektora. Uredi prorektora nadgledaju specifična područja od interesa, dok Unutarnji revizor prati pravilnost poslovanja. Služba za pravne i opće poslove obuhvaća pravne i opće aspekte upravljanja sveučilištem. Služba za nastavu organizirana je u odjele koji se bave različitim razinama studija, uključujući preddiplomske, diplomske i poslijediplomske studije. Svaki odjel odgovoran je za svoj specifični područni studija. Uz sve navedeno, na Sveučilištu djeluje Poslovna služba, Služba za tehničko održavanje i osiguranje, Informatička služba, Sveučilišna knjižnica te Austrijska knjižnica »Dr. Alois Mock«. U službama su različiti Uredi.¹²

9.2. Organizacija Ureda za odnose s javnošću na javnim sveučilištima

Na Sveučilištu u Zadru, u sklopu Službe za opće, kadrovske i administrativne poslove, postoji niz Ureda s različitim funkcijama. Unutar ovih ureda, specifično u Uredu za osiguranje kvalitete, nalazi se i Stručni suradnik za komunikaciju s gospodarstvom i socijalnim partnerima. Ovaj stručni suradnik igra ključnu ulogu u uspostavljanju i održavanju komunikacije između sveučilišta, gospodarskih subjekata te socijalnih partnera. Njegova odgovornost obuhvaća različite aspekte komunikacije, uključujući informiranje o aktivnostima sveučilišta, usklađivanje s potrebama gospodarskog sektora te suradnju sa socijalnim partnerima.¹³

Odsjek za odnose s javnošću na Sveučilištu u Splitu, smješten unutar Kabineta rektora, predstavlja srednji razinu menadžmenta na sveučilištu. Na čelu Odsjeka nalazi se voditeljica Odsjeka za odnose s javnošću, koja ima odgovornost za vođenje, organizaciju i usmjeravanje svih aktivnosti povezanih s komunikacijom prema javnosti. Pod njezinim nadzorom djeluje i voditeljica Odjeljka, koja može imati specifične zadatke ili nadležnosti u okviru šireg područja odnosa s javnošću. Uz to, tu je i voditeljica Odsjeka za marketing, koja koordinira marketinške strategije i aktivnosti Odsjeka. Referent za odnose

¹¹ Sastavnice Sveučilišta u Zagrebu, dostupno na: <https://www.unizg.hr/o-sveucilistu/sastavnice-sveucilista/> (pristupljeno 13. prosinca 2023.)

¹² Pravilnik o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta na Sveučilištu u Zadru, dostupno na: https://www.unizd.hr/Portals/0/doc/doc_pdf_dokumenti/pravilnici/pravilnik_o_ustroju_i_sistematizaciji_20220329_3.pdf?ver=XuQvXnoFVLkNKvKfx5Pf4A%3d%3d (pristupljeno 13. prosinca 2023.)

¹³ Isto, 14.

s javnošću i organizaciju događanja također doprinose srednjem menadžmentu, pružajući podršku i izvršavajući zadatke povezane s komunikacijom, odnosima s javnošću i organizacijom događanja. Ukratko, srednji menadžment na Sveučilištu u Splitu, unutar Odsjeka za odnose s javnošću, igra ključnu ulogu u planiranju, provedbi i praćenju aktivnosti usmjerenih prema javnosti, pridonoseći ukupnom cilju učinkovite komunikacije sveučilišnih aktivnosti i postignuća.¹⁴ Uprava Rektorata Sveučilišta u Zagrebu osigurava efikasno vođenje djelatnosti putem niza ustrojbenih jedinica, među kojima se ističe Ured za odnose s javnošću. Ovaj Ured djeluje autonomno s nizom radnih jedinica, među kojima su voditeljica Ureda za odnose s javnošću, Viša stručna savjetnica za odnose s javnošću – glasnogovornica, Viša stručna savjetnica – lektorica, Viša stručna savjetnica za uređivanje mrežnih stranica, Viša stručna savjetnica za odnose s javnošću, Stručni suradnik za odnose s javnošću, Stručni suradnik za društvene mreže.¹⁵ Sveučilište u Rijeci ima Središnji ured za odnose s javnošću i protokol, koji djeluje kao samostalna jedinica unutar sveučilišta. Ovaj ured je odgovoran za koordinaciju i provedbu aktivnosti komunikacije prema javnosti, kao i za organizaciju protokola na sveučilištu.¹⁶ Unutar organizacijske strukture Sveučilišta u Dubrovniku djeluje Ured za odnose s javnošću¹⁷, dok na Sveučilištu u Puli u sklopu Kabineta rektora djeluje Ured za komunikacije, brendiranje i odnose s javnošću.¹⁸

Kroz ovo poglavlje o organizaciji Ureda za odnose s javnošću na javnim sveučilištima u Hrvatskoj ukazuje na raznolikost struktura i uloga tih ureda na različitim sveučilištima. Iako postoji općenita sličnost u ciljevima - uspostavljanju i održavanju komunikacije prema javnosti - organizacijski pristupi variraju. Ključne uloge u tim uredima uključuju voditelje, stručne savjetnike za odnose s javnošću, glasnogovornike, stručnjake za marketing, te specijalizirane uloge poput komunikacije s gospodarstvom i socijalnim partnerima. Važno je da ovi uredi usklade svoje aktivnosti kako bi osigurali učinkovitu komunikaciju sveučilišnih aktivnosti i postignuća prema javnosti.

9.3. Zadaće ureda za odnose s javnošću

Odnosi s medijima - PR ured odgovoran je za uspostavljanje kontakata s novinarima, pripremu i distribuciju priopćenja za medije, organiziranje konferencija za novinare te praćenje medijskog izvještavanja o sveučilištu. Tako Sveučilište u Zagrebu ima dio na webu pod nazivom *Priopćenja i obavijesti za novinare*. Posljednja objavljena obavijest na webu odnosi se na dodjelu priznanja najboljim studentima sportašima Sveučilišta za akademsku godinu 2022./2023. Ova informacija ima potencijal privući pažnju medija te istovremeno predstavlja pozitivan element koji promiče sportske uspjehe studenata na sveučilištu.¹⁹ Jednako tako, Sveučilište u Osijeku na svome službenom webu pod *Vijesti*, objavljuje priopćenja za javnost.²⁰ Kroz objavljena priopćenja, Sveučilište u Osijeku također može promovirati svoje vrijednosti, ciljeve i postignuća te pružiti relevantne informacije koje doprinose boljem razumijevanju njihove uloge u akademskoj i široj zajednici.

Organizacija događanja - sudjelovanje u planiranju i organizaciji događanja, kao što su sveučilišne svečanosti, konferencije, seminari i druge aktivnosti, dio su aktivnosti PR ureda usmjerenih na promociju sveučilišta. Sveučilište u Dubrovniku, putem društvenih mreža, potiče studente i širu javnost da se pridruže humanitarnoj akciji organiziranoj povodom blagdana. Ova aktivnost ne samo da promiče

¹⁴ Sveučilište u Splitu: Sveučilišna tijela i službe, dostupno na: <https://arhiva.unist.hr/sveuciliste/sveucilisna-tijela-i-sluzbe/rektorat> (pristupljeno 13. prosinca 2023.)

¹⁵ Sveučilišna tijela, dostupno na: <https://www.unizg.hr/o-sveucilistu/sveucilisna-tijela-i-sluzbe/> (pristupljeno 2. travnja 2024.)

¹⁶ Središnji ured za odnose s javnošću i protokol, dostupno na: <https://uniri.hr/media-press/odnosi-s-javnoscu/> (pristupljeno 2. travnja 2024.)

¹⁷ Službe i uredi, dostupno na: <https://www.unidu.hr/sluzbe-i-uredi/> (pristupljeno 2. travnja 2024.)

¹⁸ Kabinet rektora, dostupno na: https://www.unipu.hr/rektorat/kabinet_rektora (pristupljeno 2. travnja 2024.)

¹⁹ Priopćenja i odnosi s medijima, dostupno na: https://www.unizg.hr/fileadmin/rektorat/Novosti_press/Mediji/Priopcenja/Dodijeljena_priznanja_najboljim_studentima_sportasima_SuZ_za_ak._god._2022-2023.pdf (pristupljeno 13. prosinca 2023.)

²⁰ <https://www.unios.hr/tag/priopcenje-za-javnost/> (pristupljeno 18. ožujka 2024.)

humanitarni duh već i demonstrira društvenu odgovornost sveučilišne zajednice.²¹ Značajna aktivnost je i Tjedan karijera na kojem predstavnicima poduzeća, udruga, lokalnih uprava i samouprava te drugih organizacija priliku da se predstave studentima i ukazuju na poslovne mogućnosti.

Promocija sveučilišta – prethodno navedeni primjer Sveučilišta u Dubrovniku ilustrira angažman u promociji s ciljem povećanja vidljivosti sveučilišta. Ova strategija usmjerena je na privlačenje potencijalnih studenata, donatora te suradničkih organizacija. Takav pristup organizaciji događanja doprinosi izgradnji pozitivnog identiteta sveučilišta, jača zajedništvo unutar sveučilišne zajednice i potiče angažman šire javnosti. Sveučilišta često organiziraju Dane otvorenih vrata, takav događaj ima veliki utjecaj na promociju institucije i kreiranje imidža. Sveučilište u Puli je organizirao jedan takav događaj te ga je ured za PR vješto popratio na svim relevantnim mrežama.²²

Komunikacija s alumnima – Organizacija bivših studenata sveučilišta pokazala se iznimno važnom i nužnom. Iskustva starih i uglednih sveučilišta jasno ukazuju na to da bivši studenti predstavljaju ključni izvor podrške u visokoškolskim ustanovama. Stoga nije iznenađujuće što sveučilišta i fakulteti aktivno nastoje stvoriti povezanost, zadržati interes te pridobiti savjete od svojih bivših studenata, koji često zauzimaju značajne društvene funkcije i obogaćuju ih vrijednim iskustvom.²³ Na Sveučilištu u Splitu, postoji dinamična udruga poznata kao Alumni Sveučilišta u Splitu – ASUS, koja predano organizira širok spektar događanja na fakultetu.²⁴ Ovi događaji, poput izložbi, promocija knjiga i različitih akademija, ne samo da obogaćuju studentski život već i pomažu u održavanju povezanosti između alumna i aktualnih studenata. Dok na Sveučilištu u Zadru, Odjel odnosa s javnošću predstavlja svoju inicijativu pod nazivom »Upoznajemo alumne Sveučilišta u Zadru«. Ovaj program ima za cilj izgraditi i promicati ugled sveučilišta na način koji ističe važnost alumna zajednice. Ovakva vrsta događanja ne samo da slavi postignuća bivših studenata već i stvara inspirativnu atmosferu koja potiče aktualne studente na postizanje svojih ciljeva.²⁵

9.4. Pregled komunikacijskih kanala

Sveučilišta često koriste web stranice kao glavnu platformu za komunikaciju sa studentima, zaposlenicima i javnošću. Na webu se mogu pronaći informacije o studijskim programima, istraživačkim projektima, događanjima na sveučilištu, kontakt informacijama i drugim relevantnim temama, kao što je primjer Sveučilišta u Dubrovniku. Isto sveučilište aktivno sudjeluje na platformama poput Facebooka, Instagrama i LinkedIna. Kroz ove kanale, sveučilišta dijele vijesti, informacije o događanjima, promiču istraživanja i suradnju, te komuniciraju s studentima i širom javnošću. Društvene mreže često služe i kao sredstvo za izgradnju zajednice te održavanje interakcije između sveučilišta i svoje publike.

Sveučilište u Rijeci aktivno koristi društvenu mrežu Facebook kao ključni komunikacijski kanal kako bi informiralo studente, doktorande i širu javnost o događanjima, tribinama i aktivnostima. Putem Facebooka, Sveučilište širi pozive za sudjelovanje u različitim događajima, kao što je npr. tribina o »Društvenom životu doktoranada i doktorandica«. Linkovi na web stranicu Sveučilišta pružaju dodatne informacije i omogućuju zainteresiranim pristup više detalja o događaju. Ovom integracijom Facebooka u svoju komunikacijsku strategiju, Sveučilište ostvaruje direktnu interakciju s ciljanim skupinama, poboljšava vidljivost događanja te promiče aktivno sudjelovanje studenata i zajednice. Uloga ureda

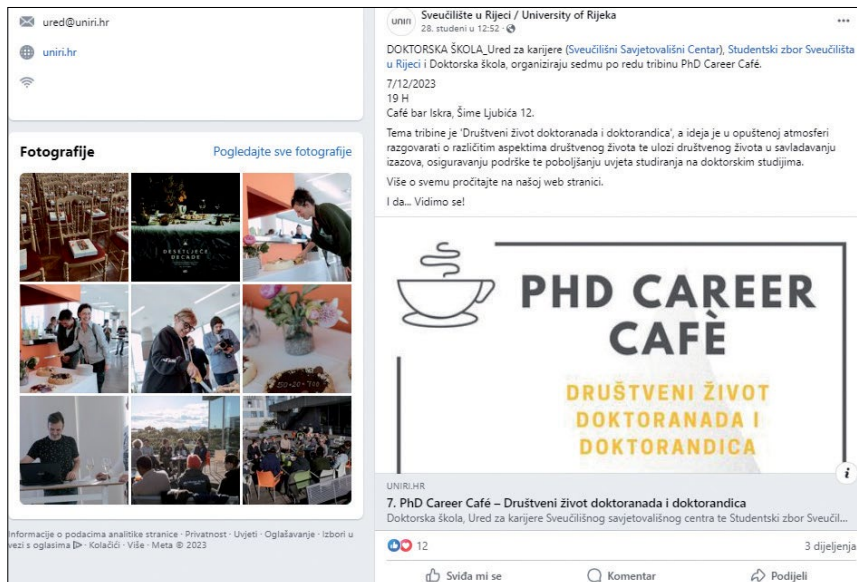
²¹ Sveučilište u Dubrovniku, dostupno na: <https://www.unidu.hr/pridruzite-se-humanitarnoj-akciji-studentske-ruke-dobrote-za-luciju/?cat=207> (pristupljeno 13. prosinca 2023.)

²² Sveučilište u Puli, Dani otvorenih vrata, dostupno na: https://www.unipu.hr/novosti/%40=2fgza&fbclid=IwAR0hK4KGehtPB6iY8GkL4yGERgGZQrwg4IAIZRPLPzqzTHCuu_9qX-MNFsIY#news_107442 (pristupljeno 13. prosinca 2023.)

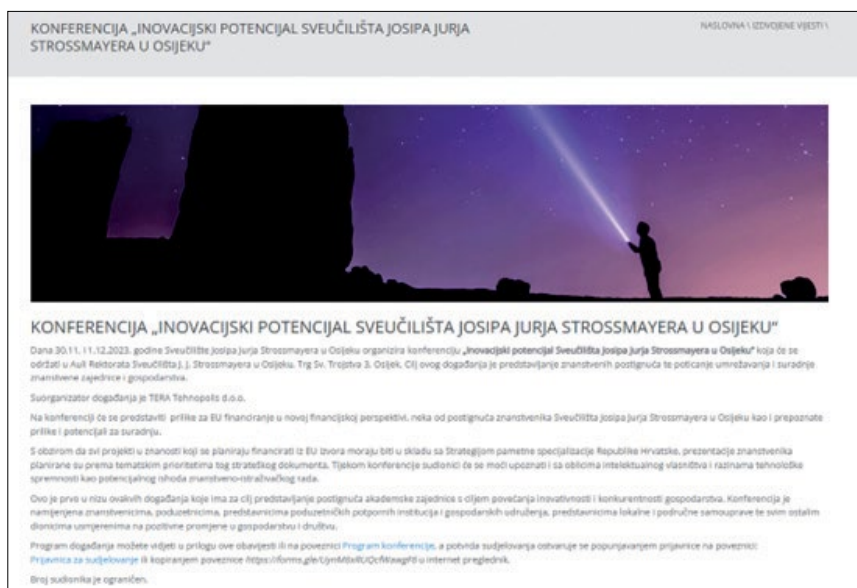
²³ Charles STEINBER, *Public Relations on the Campus: An Analysis and Interpretation of the Replies to a Questionnaire Survey*, The Journal of Higher Education, Vol. 37., No. 3, 1966., 129.

²⁴ Alumni Sveučilišta u Splitu, dostupno na: <https://arhiva.unist.hr/alumni/o-nama> (pristupljeno 18. ožujka 2024.)

²⁵ Alumni Mavar, Grancarić i Vučić Marasović o svom iskustvu studiranja na zadarskom sveučilištu: »Odredilo je naš životni put!«, dostupno na: <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/regional/alumni-mavar-grancaric-i-vucic-marasovic-o-svom-iskustvu-studiranja-na-zadarskom-sveucilistu-odredilo-je-nas-zivotni-put-1348884> (pristupljeno 18. ožujka 2024.)



Slika 1: Facebook kao komunikacijski kanal na Sveučilištu
Izvor: preuzeto sa službene Facebook stranice



Slika 2: Web stranica kao primjer komunikacijskog kanala
Izvor: <http://www.unios.hr/>

odnosa s javnošću na sveučilištu izuzetno je povezana s radom ostalih službi i ureda, te se odvija u kontinuiranoj koordinaciji radi ostvarivanja sinergije i učinkovite komunikacije. U navedenom primjeru se vidi suradnja s Odjelom za doktorske studije.²⁶

Sveučilište u Osijeku, koristi svoju službenu web stranicu za pozivanje svoje javnosti (znanstvenu zajednicu, poduzetnike, svoje studente, alumne, doktorande) na konferenciju »Inovacijski potencijal Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.«²⁷

9.5. Strateške javnosti hrvatskih javnih sveučilišta

Sveučilište u Slavonskom Brodu se ističe svojom iznimnom suradnjom s gospodarstvom, što predstavlja njegovu vanjsku javnost i ključni element u jačanju regionalnog razvoja i unapređenju inovacija Sveučilišta. Među važnim partnerima su institucije poput Regionalnog centra za biotehnoška istraži-

²⁶ Sveučilište u Rijeci, događanja, dostupno na: <https://uniri.hr/dogadaj/> (pristupljeno 16. prosinca 2023.)

²⁷ Sveučilište u Osijeku, dostupno na: <http://www.unios.hr/konferencija-inovacijski-potencijal-sveucilista-josipa-jurja-strossmayera-u-osijeku/> (pristupljeno 14. prosinca 2023.)

vanja i razvoj BPŽ, Natura Slavonica, KP projekt, Ergo klamerice, Chromos-svjetlost, IngArt, Poduzetnički centar Pleternica, PP Medvednica, Regionalni koordinator Sisačko-moslavačke županije, i Tehnička škola Slavonski Brod.²⁸ Osim lokalnih partnerstava, Sveučilište u Slavanskom Brodu također njeguje široku mrežu suradnje s istaknutim znanstvenim i visokoškolskim institucijama diljem Europe i okolnih zemalja. Ovo uključuje institucije poput Tehničkog sveučilišta u Košicama, Mašinskog fakulteta Univerziteta u Istočnom Sarajevu, Fakulteta tehničkih znanosti Univerziteta u Novom Sadu, GAMF Fakulteta za tehnologiju i informatiku Sveučilišta John von Neumann, i mnoge druge.²⁹ Ova duboka i raznolika partnerstva svjedoče o predanosti Sveučilišta u Slavanskom Brodu razvoju inovativnih rješenja i promicanju akademske izvrsnosti na regionalnoj i međunarodnoj razini.

Sveučilište u Rijeci prepoznaje važnost aktivnog sudjelovanja u društvu te njeguje raznovrsne i dinamične odnose s brojnim vanjskim javnostima. Kroz strateški pristup izgradnji ovih odnosa, sveučilište se usredotočuje na sljedeće ključne partnere: Grad Rijeka (Sveučilište aktivno sudjeluje u strateškim projektima i inicijativama grada Rijeke, doprinoseći njegovom gospodarskom, kulturnom i društvenom napretku). Kroz niz javnih predavanja, manifestacija i drugih događaja, sveučilište se približava građanima i jača osjećaj pripadnosti lokalnoj zajednici. Ima niz međunarodnih suradnji Ecole Universitaire de Recherche d'Economie et Management Nice – EUR ELMI, Rektorska konferencija Alpe-Jadran (AARC), Mreža sveučilišta Srednjoeuropske inicijative (CEI), Udruga za automatizaciju i proizvodnju Radne zajednice Alpe-Jadran u Beču (DAAAM), Udruga europskih sveučilišta (EUA), Konzorcij »Master in International Business« (MIB), Mreža sveučilišta jadransko-jonskog bazena (UniAdrion), Mreža mladih europskih istraživačkih sveučilišta (YERUN), Mlada sveučilišta za budućnost Europe (YUFE).³⁰

9.6. Dominante tehnike komuniciranja javnih sveučilišta

Različite su tehnike odnosno kampanje koje koriste sveučilišta za postizanje svoje misije i vizije. Kroz sljedeće primjere će se prikazati najučestalije tehnike. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli koristi press konferencije kako bi informirali sve zainteresirane javnosti.³¹ Sveučilište u Zagrebu aktivno koristi svoju web stranicu kao ključni komunikacijski kanal s medijima i javnošću. Poseban odjel nazvan »Priopćenja za medije« predstavlja važan resurs za informiranje novinara, javnosti i ostalih zainteresiranih o ključnim događanjima, vijestima i postignućima sveučilišta. Ovaj odjel često služi kao centralno mjesto na kojem se objavljuju relevantne informacije koje pokrivaju širok spektar tema, uključujući istraživanja, akademske uspjehe, kulturna događanja, suradnje s industrijom te druge relevantne vije-

Na Sveučilištu održana press konferencija na temu online studija informatike i ekonomije te prenamjene mornaričke bolnice



U prostoru SC-a, u novom paviljonu studentskog doma na Sveučilištu u Puli, održana je press konferencija na temu online studija informatike, online studija ekonomije te prenamjene mornaričke bolnice.

Konferenciju je moderirala djelatnica Ureda za odnose s javnošću, komunikacije i brendiranje, Dina Cvek Zubaj, a na konferenciji su govorili prorektor, izv. prof. dr. sc. Valter Boljunčić, izv. prof. dr. sc. Darko Etinger, prorektorica, izv. prof. dr. sc. Mirjana Radetić-Paić te Mirena Tubić, mag. oec., voditeljica Ureda za projekte i razvoj.

Slika 4: Korištenje tehnika na javnim sveučilištima
Izvor: <https://www.unipu.hr/>

²⁸ Sveučilište u Slavanskom Brodu – suradnja s gospodarstvom, dostupno na: <https://www.unisb.hr/suradnja-s-gospodarstvom/> (pristupljeno 18. ožujka 2024.)

²⁹ Sveučilište u Slavanskom Brodu – suradnja na znanstvenim i visokoškolskim institucijama, dostupna na: <https://www.unisb.hr/suradnja-s-znanstvenim/> (pristupljeno 18. ožujka 2024.)

³⁰ Otvoreno sveučilište, dostupno na: <https://uniri.hr/o-sveucilistu/uniri/> ((pristupljeno 16.3.2024.)

³¹ Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, dostupno na: https://www.unipu.hr/novosti?@=2fd0s#news_107442 (pristupljeno 15. prosinca 2023.)

sti.³² Sveučilište u Splitu redovito organizira Dane otvorenih vrata kao inicijativu koja omogućava potencijalnim studentima, ali i njihovim obiteljima, uvid u sveučilišni život. Tijekom ovog događaja, posjetitelji mogu razgledati kampuse, upoznati se s infrastrukturom i resursima koje sveučilište pruža, te dobiti informacije o studijskim programima, upisnim uvjetima i mogućnostima karijernog razvoja.³³ Neizbježne su Smotre Sveučilišta koje su s vremenom postale virtualne platforme na kojima se posjetitelji mogu informirati o raznolikosti studijskih programa i ostalim važnim aspektima vezanim uz akademsku ponudu. Sveučilišta poput onih u Osijeku, Splitu, Puli i Dubrovniku prepoznala su vrijednost virtualnih smotri te su ih integrirala kao ključni dio svojih strategija za privlačenje studenata. Tijekom pandemije, mnogi fakulteti su se također prilagodili novonastaloj situaciji i prešli na digitalni oblik smotri.

9.7. Aktivna suradnja s društvenom zajednicom

U suvremenom kontekstu, javna sveučilišta imaju izuzetno važnu ulogu u društvu, ne samo kao centri obrazovanja, već i kao ključni akteri u promicanju znanstvenih istraživanja, inovacija te kulturne i društvene raznolikosti. Uzimajući u obzir složenost njihovih funkcija, organizacija sveučilišta često uključuje brojne strukture i odjele, a odjel za odnose s javnošću igra ključnu ulogu u održavanju i jačanju sveučilišnog ugleda te uspostavljanju komunikacije s različitim interesnim skupinama. Sveučilište u Rijeci izražava svoj odnos s društvenom zajednicom kroz konkretne suradnje i projekte koji doprinose razvoju i napretku. Primjer toga je svečano otvorenje novog ureda kompanije Ericsson Nikola Tesla u Rijeci, koji je bio popraćen potpisivanjem ugovora o suradnji između Ericssona Nikole Tesle i Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Rijeci. Otvorenje je okupilo širok spektar uzvanika, uključujući visoke predstavnike lokalnih i regionalnih tijela, članove akademske zajednice te gospodarstvenike.³⁴ Sveučilište u Dubrovniku zajedno s lokalnom i turističkom zajednicom sudjeluje u humanitarnim manifestacijama, podržavajući rad udruga. Sudjelovanje u ovakvim događajima ne samo što pridonosi promociji Sveučilišta u Dubrovniku, već i izgrađuje pozitivnu sliku sveučilišne zajednice kao aktivnog i angažiranog člana lokalne zajednice. Također, suradnja sa Turističkom zajednicom grada Dubrovnika i podrška humanitarnoj svrsi pokazuju da Sveučilište u Dubrovniku prepoznaje važnost partnerstava i društveno odgovornog djelovanja.³⁵

9.8. Marketinške i izdavačke aktivnosti

Ured za izdavačku djelatnost na Sveučilištu u Zadru, osnovan 2007. godine, predstavlja ključnu kariku u stvaranju i promociji akademskih publikacija. Kroz suradnju s marketinškim strategijama, ovaj ured doprinosi izgradnji pozitivnog imidža sveučilišta.³⁶ Još jedan primjer je Sveučilište u Dubrovniku, čija je izdavačka djelatnost usmjerena je na izdavanje raznovrsnih publikacija poput knjiga, znanstvenih knjiga, udžbenika, priručnika, skripti i monografija, te objavljivanje znanstvenih časopisa. Sveučilište može također izdavati ostale znanstvene i stručne publikacije prema potrebama i interesima.³⁷

9.9. Sport u funkciji brenda

Objava Sveučilišta u Slavonskom Brodu (Slika 5) ističe povezanost visokog obrazovanja i izuzetnih sportskih postignuća predstavljaju izvrstan način izgradnje pozitivnog imidža sveučilišta. Kroz takve objave, institucija ne samo da potiče svoje studente na postizanje vrhunskih rezultata u sportu, već i

³² Sveučilište u Zagrebu, dostupno na: <https://www.unizg.hr/novosti-i-press/priopcenja-za-medije/> (pristupljeno 15. prosinca 2023.)

³³ Sveučilište u Splitu, dostupno na: <https://arhiva.unist.hr/novosti/dani-otvorenih-vrata-sveucilista-u-splitu-2> (pristupljeno 15. prosinca 2023.)

³⁴ Sveučilište u Rijeci, dostupno na: <https://uniri.hr/vijesti/rijeka-novi-ict-hub-ericssona-nikole-tesle/> (pristupljeno 12. prosinca 2023.)

³⁵ Humanitarni događaj, dostupno na: <https://www.unidu.hr/hvalevrijedan-humanitarni-dogadaj-sveuciliste-i-ove-godine-sudjelovalo-na-torta-partyju/?cat=243> (pristupljeno 12. prosinca 2023.)

³⁶ Ured za izdavačku djelatnost na Sveučilištu u Zadru, dostupno na: <https://izdavastvo.unizd.hr/> (pristupljeno 12. prosinca 2023.)

³⁷ Izdavastvo, Sveučilište u Dubrovniku, dostupno na: <https://www.unidu.hr/izdavastvo/> (pristupljeno 12. prosinca 2023.)

naglašava integralnu povezanost između akademskog uspjeha i sportskih dostignuća. Kroz takve inicijative, sveučilište gradi pozitivan imidž koje nije ograničen samo na akademske postignuća. Studenti se potiču na aktivno sudjelovanje u sportskim aktivnostima, čime se stvara poticajna atmosfera koja potiče razvoj cjelokupne ličnosti.

10. STUDIJA SLUČAJA – SVEUČILIŠTE SJEVER

10.1. Organizacija Sveučilišta Sjever i mjesto odnosa sa javnošću

Godine 2015., Hrvatski Sabor donio je Zakon o preuzimanju osnivačkih prava, što je rezultiralo osnivanjem Sveučilišta Sjever kao osmog javnog sveučilišta u Republici Hrvatskoj. Kao regionalno sveučilište na području sjeverozapadne Hrvatske, Sveučilište Sjever paralelno djeluje i razvija se u dva sveučilišna centra: Sveučilišni centar Koprivnica i Sveučilišni centar Varaždin. Od 2021. godine Sveučilište djeluje i u gradu Đurđevcu kroz provedbu studija Računarstva i informatike. Sveučilište Sjever broji preko 5000 studenata u dva sveučilišna centra, što ga pozicionira u jedno od pet hrvatskih sveučilišta uvrštena u URAP ljestvicu 3000 najboljih sveučilišta na svijetu.³⁸ Obavljajući djelatnost visokog obrazovanja, znanstvenu, odnosno umjetničku djelatnost i stručnu djelatnost u velikom broju znanstvenih područja i polja, ovo sveučilište prema načelima Bolonjske deklaracije sadašnjim i potencijalnim studentima nudi studijske programe na tridesetak različitih studija od kojih se 20 nalazi u STEM području. Također, osim stjecanja znanja na prijediplomskoj i diplomskoj razini, Sveučilište nudi i stjecanje najviše akademske titule, odnosno mogućnost studiranja i na poslijediplomskim doktorskim studijima, ali i poslijediplomskim specijalističkim studijima.

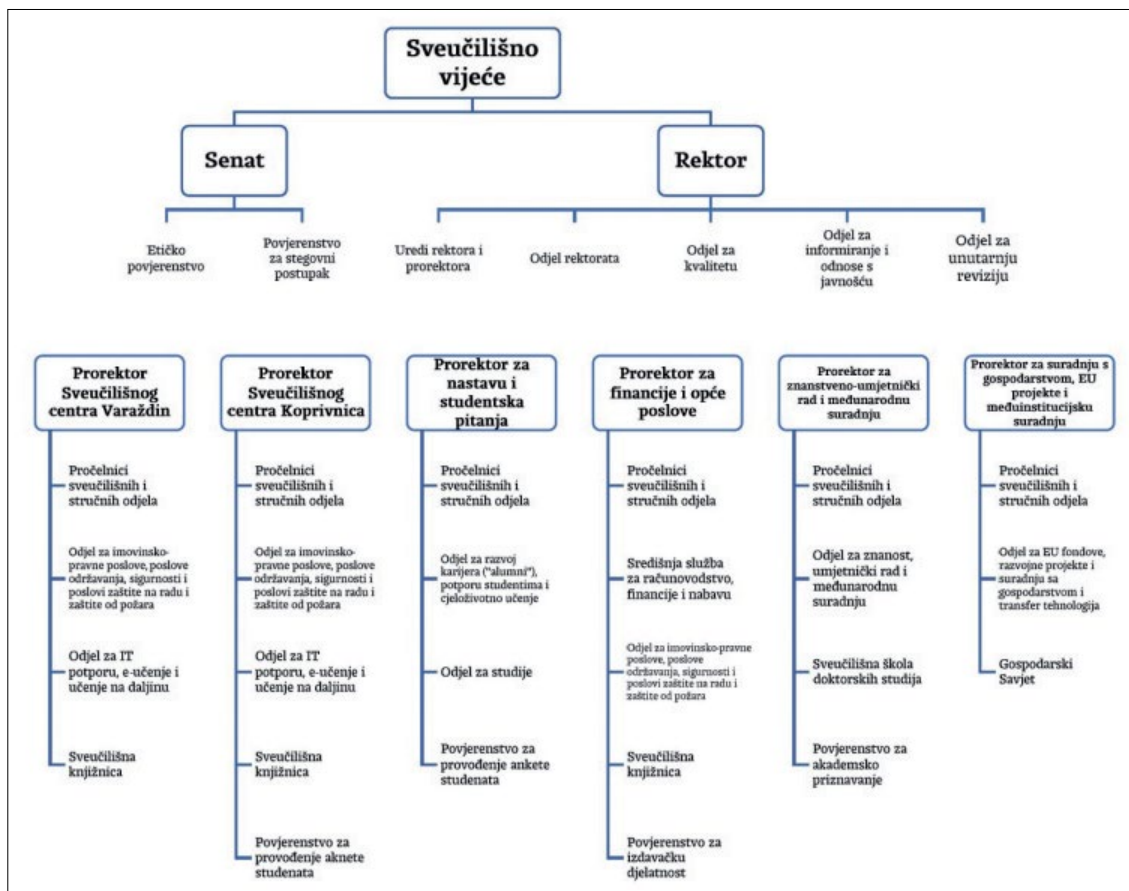
Sveučilište Sjever integrirano je sveučilište ustrojeno kroz sastavnice Sveučilišta koje nemaju pravnu osobnost, već odluku o njihovom osnivanju, statusnoj promjeni i ukidanju donosi Senat Sveučilišta. Rektorat Sveučilišta važna je sastavnica Sveučilišta, organizacijska cjelina u okviru koje se obavljaju stručni, administrativni i tehnički poslovi za potrebe oba sveučilišna centra, svih sveučilišnih sastavnica i sveučilišnih tijela.³⁹ Rektoratom upravlja rektor Sveučilišta, a u radu mu pomažu prorektori i tajnici Sveučilišta. Rektor, kao čelnik visokoobrazovne ustanove predstavlja i zastupa Sveučilište te je odgovoran za zakonitost rada Sveučilišta. Sveučilištem Sjever upravlja Senat i rektor, a rad Sveučilišta nadzire Sveučilišno vijeće. Senat predstavlja izborno stručno tijelo Sveučilišta koje donosi niz ključnih i strateških odluka na razini sveučilišta. Članove Senata čine prorektori, pročelnici Odjela, pročelnici Odsjeka/voditelji doktorskih studija, predstavnici zaposlenika u suradničkom radnom mjestu, predstavnik nenastavnog osoblja, studentski predstavnici i voditelj Sveučilišne knjižnice bez mogućnosti glasovanja.



Slika 5: Sveučilište u Slavanskom Brodu
Izvor: službena Facebook stranica

³⁸ Izašla je nova rang lista, Sveučilište se hvali da je među 400 najboljih na svijetu, dostupno na: <https://www.srednja.hr/faks/izasla-je-nova-rang-lista-sveuciliste-se-hvali-da-je-medu-400-najboljih-na-svijetu/> (pristupljeno 1. ožujka 2024.)

³⁹ Statut Sveučilišta Sjever, dostupno na: <https://www.unin.hr/wp-content/uploads/UNIN-Statut.pdf> (pristupljeno 1. ožujka 2024.)



Slika 6: Osnovna piramida odgovornosti i komunikacija Sveučilišta Sjever

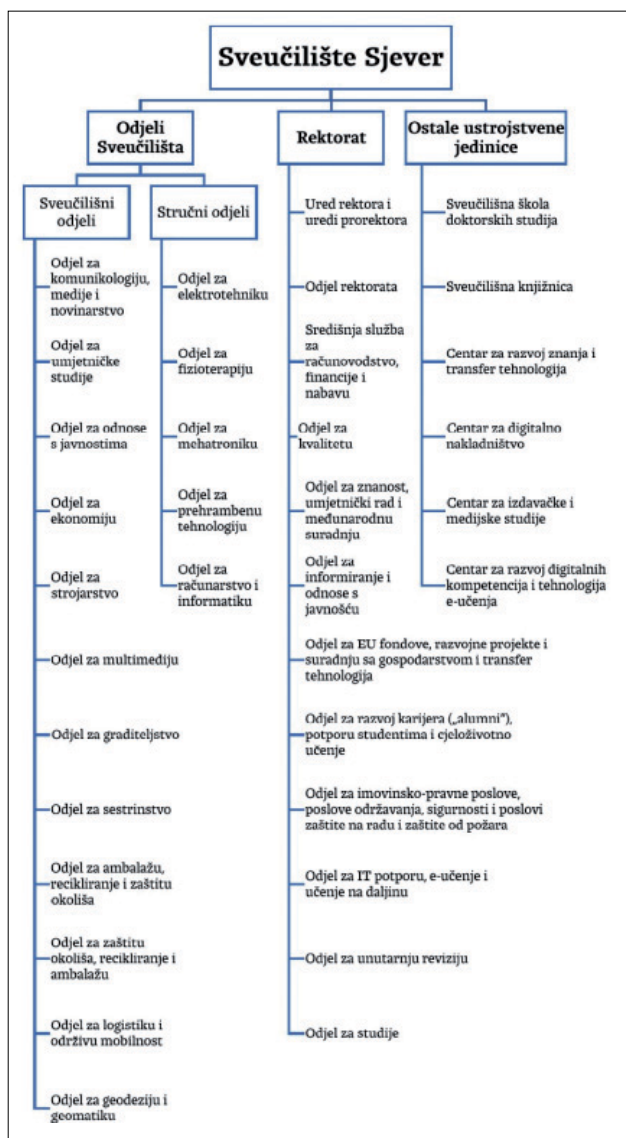
Izvor: <https://www.unin.hr/wp-content/uploads/Sveu%C4%8Dili%C5%A1te-Sjever-Priru%C4%8Dnik-kvalitete.pdf>

Kao sastavnice Sveučilišta Sjever integrirani su i sveučilišni i stručni odjeli koji sudjeluju u izvedbi sveučilišnih i stručnih studijskih programa te razvijaju znanstvenu, umjetničku i stručnu djelatnost. Radom odjela upravljaju pročelnici/pročelnice odjela i Stručno vijeće odjela.

Ustrojstvene jedinice odjela čine odsjeci Sveučilišta koji se organiziraju za pojedini studij po kriteriju povezanosti unutar znanstvenog/umjetničkog područja i polja, a u svrhu obavljanja nastavne, znanstvene/umjetničke i stručne djelatnosti. Odsjecima rukovode pročelnici/pročelnice odsjeka i Vijeće odsjeka, a odluku o njihovom ustrojstvu donosi Senat Sveučilišta.

Unutarnje ustrojstvo i sistematizacija radnih mjesta na Sveučilištu Sjever utvrđena je prema *Pravilniku o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta*⁴⁰ u okviru kojeg je organiziran i **Odjel za informiranje i odnose s javnošću**. Analizom organizacije Sveučilišta (Slika 6 i 7) vidljivo je kako se ovaj Odjel nalazi u sastavu Rektorata pri čemu uprava Sveučilišta ima središnju ulogu davanja odobrenja i naputaka vezanih za komunikacijske odluke Sveučilišta. Prema A. Gregory (2000) djelatnost odnosa s javnošću se unutar organizacija može dijeliti po zadacima ili funkcijama. Prema već spomenutom *Pravilniku o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta* može se zaključiti da je Odjel za informiranje i odnose s javnošću strukturiran duž funkcionalnih linija koje se očituju u raspodjeli zadaća i aktivnosti koje pripadaju području odnosa s medijima, organizaciji i protokolima raznih posjeta i događanja na Sveučilištu (konferencije, znanstveni kongresi, studentske promocije), upravljanju temama ili problemima, održavanju

⁴⁰ Pravilnik o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta Sveučilišta Sjever, dostupno na: https://www.unin.hr/wp-content/uploads/Pravilnik-o-ustroju-i-sistematizaciji-radnih-mjesta-Sveu%C4%8Dili%C5%A1ta-Sjever_Pro%C4%8Di%C5%A1C4%87eni-tekst.pdf (pristupljeno 2. ožujka 2024.)



Slika 7: Organizacijska shema Sveučilišta Sjever

izvor: <https://www.unin.hr/wp-content/uploads/Sveu%C4%8Dilje%C5%A1te-Sjever-Priru%C4%8Dnik-kvalitete.pdf>

reza za ustanovu, suradnja i odnosi s medijima, izrada i predlaganje strategije Sveučilišta kao društveno odgovorne ustanove, upravljanje temama ili problemima koje su od važnosti za javno mnijenje, održavanje direktnih veza i odnosa s različitim javnostima i dionicima Sveučilišta Sjever.

direktnih veza s različitim javnostima Sveučilišta, informiranju uprave o javnom mnijenju ili predlaganju strategija jačanja i održavanja imidža Sveučilišta.

U sastavu Rektorata nalazi se i Ured rektora i prorektora. Ured rektora ima zadaću pružanja potpore članovima Uprave u obnašanju njihovih dužnosti te koordinira sve oblike komunikacije sa resornim Ministarstvom, lokalnom zajednicom, Rektorskim zborom i svim važnim dionicima Sveučilišta Sjever. Ured rektora obavlja i sve poslove vezane za djelatnost Sveučilišta, dok je Ured prorektora odgovoran je za stručne, organizacijske i tehničke poslove vezane uz djelatnost Sveučilišta.

Uz navedeno, u sastavu Rektorata pozicioniran je i Odjel rektorata u okviru kojeg djeluje i Služba za opće, pravne, kadrovske i administrativne poslove Sveučilišta. U rangu sa spomenutim, nalazi se i Središnja služba za računovodstvo, financije i nabavu, kao i odjeli prikazani na Slici 7.

10.2. Ustroj Ureda za odnose s javnošću na Sveučilištu Sjever

Mjesto i uloga odnosa s javnošću u organizaciji, pa tako i u ustanovama visokog obrazovanja ovisi o vrsti visokog učilišta, percepciji dominantne koalicije⁴¹ ili najvišeg rukovodstva te sposobnosti menadžera ili voditelja odnosa s javnošću.⁴² Odjel za informiranje i odnose s javnošću Sveučilišta Sjever smješten je pod ingerencijom prorektora Sveučilišnog centra obavljajući poslove i aktivnosti vezane uz organizaciju protokola raznih događanja i gostovanja na Sveučilištu, praćenje i evidentiranje tema koje su od interesa za ustanovu, suradnja i odnosi s medijima, izrada i predlaganje strategije Sveučilišta kao društveno odgovorne ustanove, upravljanje temama ili problemima koje su od važnosti za javno mnijenje, održavanje direktnih veza i odnosa s različitim javnostima i dionicima Sveučilišta Sjever.

⁴¹ Dominantna koalicija - pojam koji su razvili stručnjaci za menadžment kako bi opisali najmoćnije ljude u organizaciji koji najviše utječu na donošenje odluka (Grunig i Kim, 2021: 16). Objašnjavajući pojam dominantne koalicije Tomić (2016: 1248) ističe: »iako pripadnici dominantne koalicije imaju formalnu moć na temelju svojih položaja (npr. glavni direktor ili direktor proizvodnje), osoba koja ima neformalnu moć može također biti uključena u dominantnu koaliciju. Funkcija odnosa s javnošću u nekoj organizaciji dobiva moć onda kada je pripadnici dominantne koalicije ocijene kao bitnu funkciju upravljanja, a ne kao tehničku ulogu provedbe komunikacijske strategije o kojoj su odlučili drugi. Ostvarivanje strateške uloge zahtijeva od stručnjaka za odnose s javnošću da imaju znanje strateškog upravljanja«.

⁴² Z. TOMIĆ, nav. dj. 111.

Na čelu Odjela nalazi se Voditelj odjela za informiranje i odnose s javnošću koji koordinira i organizira rad Odjela te je odgovoran za zakonitost njegovog poslovanja. Slijedom navedenog, Voditelj odjela je zadužen i za aktivnosti i zadaće u okviru šireg područja odnosa s javnošću koje obuhvaćaju odnose s medijima, izradu kataloga informacija Sveučilišta, sudjelovanje u izradi tekstova za publikacije Sveučilišta, predlaganje i autoriziranje promotivnih materijala Sveučilišta, nadziranje i generiranje sadržaja za web stranicu Sveučilišta i njegovih sastavnica, pružanje podrške u pripremi protokolarnih radnji, autoriziranje intervjuja i sadržaja te organiziranje gostovanja rektora i prorektora u medijima i javnim skupovima. Pod njegovim nadzorom djeluje i Stručni savjetnik Odjela čija se funkcija svodi na savjetodavnu ulogu u svrhu postizanja optimalne i učinkovite komunikacije svih sveučilišnih aktivnosti. Između ostaloga, Stručni savjetnik zadužen je i za provedbu niz organizacijskih i operativnih zadaća poput provedbe organizacijskih mjera Odjela, vodi arhivu medijskih i javnih istupa čelnika i djelatnika Sveučilišta, pomaže u pripremi tekstova za medije i odnose s javnošću, sudjeluje u izradi sadržaja za publikacije Sveučilišta, predlaže i autorizira promotivne materijale Sveučilišta, pomaže u pripremi protokolarnih radnji te uz ovlaštenje Voditelja odjela autorizira intervjuje i priprema nastupe rektora i prorektora u medijima i javnim skupovima. Odjel za informiranje i odnose s javnošću obuhvaća i radno mjesto Višeg stručnog referenta koji odnosima s javnošću doprinosi kroz operativnu – tehničku ulogu koja podrazumijeva pripremu kreiranja sadržaja za publikacije i promotivne materijale Sveučilišta, podršku u pripremi raznih protokolarnih radnji, vođenje statistike pojavljivanja u medijima te prema potrebi i nalogu Voditelja odjela, rektora ili prorektora objavljuje sadržaj na web stranici Sveučilišta te druge odgovarajuće poslove.

Organizacijska shema Sveučilišta Sjever (*Slika 7*) pokazuje da je Odjel za informiranje i odnose s javnošću pozicioniran u sklopu Rektorata, što odnose s javnošću kao samostalnu ustrojbenu jedinicu profilira u proaktivnu funkciju unutar upravne strukture. Odjel za informiranje i odnose s javnošću Sveučilišta Sjever ima značajan potencijal za rast i jačanje. Proširenje tima, aktivno sudjelovanje u strateškom planiranju i korištenje različitih komunikacijskih kanala doprinijet će jačanju proaktivnog pristupa u odnosima s javnošću i boljoj promociji Sveučilišta u široj zajednici.

10.3. Zadaće Odjela za informiranje i odnose s javnošću

Zadaće i aktivnosti u odnosima s javnošću mogu se razlikovati ovisno o specifičnostima svakog sveučilišta i potrebama njihovih ključnih javnosti i dionika. Prema ustroju i sistematizaciji radnih mjesta u okviru Odjela za informiranje i odnose s javnošću na Sveučilištu Sjever zadaće odnosa s javnošću mogu se kategorizirati u sljedeće aktivnosti i funkcije:

Posebni događaji – sudjelovanje djelatnika Odjela u planiranju i organizaciji raznih posjeta i događanja na Sveučilištu (konferencije, znanstveni kongresi i simpoziji, panel rasprave, studentske promocije, Dani otvorenih vrata, Festival znanosti, Tjedan karijera – UNIN Connect Week, MOP festival multimedije, izložbe studentskih radova, otvorenje novih zgrada i sl.), kao i organiziranje protokola za manifestacije koje organizira Studentski zbor Sveučilišta Sjever. Organizacija posebnih događanja zahtijeva brižno planiranje i koordinaciju te pripremu priopćenja i poziva za medije. Jedan od takvih događanja na Sveučilištu Sjever odnosio se i na svečano otvorenje nove zgrade Prehrambene tehnologije⁴³, događaju koji je okupio brojne nastavnike, znanstvenike, izaslanike ministra, državnog tajnika, predstavnike medija i lokalne zajednice te brojne druge dionike Sveučilišta Sjever.

Pisanje i uređivanje – pisanje izvješća i priopćenja za medije i javnost, brošura i promotivnih publikacija Sveučilišta, izrada kataloga informacija Sveučilišta, priprema i uređivanje tekstova i nastupa rektora, prorektora i ostalih djelatnika Sveučilišta, provedba i autorizacija intervjuja te kreiranje i uređivanje sadržaja za mrežne stranice i društvene mreže Sveučilišta. Konkretni primjer provedbe i autorizacije intervjuja za potrebe web stranice Sveučilišta odnosi se, između ostaloga, i na provedbu intervjuja

⁴³ Otvorena nova zgrada Prehrambene tehnologije i potpisan ugovor o suradnji s Podravkom, kao nastavnom bazom Sveučilišta, dostupno na: <https://www.unin.hr/2023/06/sveuciliste-sjever-otvorilo-novu-zgrade-prehrambene-tehnologije-i-potpisalo-ugovor-o-suradnji-s-podravkom-kao-nastavnom-bazom-sveucilista/> (pri-
stupljeno 5. ožujka 2024.)

nastavnika i znanstvenika koji svojim znanstvenim postignućima, istraživanjima i radu sa studentima doprinose vidljivosti Sveučilišta Sjever.⁴⁴

Odnosi s medijima – informiranje medija o aktivnostima na Sveučilištu, praćenje medija i press – clipping vezan uz Sveučilište i teme koje su od interesa za ustanovu ili sastavnice, priopćenja za medije, konferencije za medije, pozivi za medije, brifinzi, izjave i intervjui za medije.

Produkcija – razne publikacije i kreiranje multimedijalnih sadržaja važni su alati i načini komuniciranja sa studentima i ključnim javnostima Sveučilišta Sjever.

Upravljanje temama ili problemima – koje su od važnosti za javno mnijenje, sa zadaćom uspostavljanja povjerenja u javnostima Sveučilišta.

Društvena odgovornost – sudjelovanje djelatnika Odjela u izradi pravilnika o poslovanju Sveučilišta kao društveno odgovorne ustanove.

Interna komunikacija – izrada kataloga informacija Sveučilišta, informiranje uprave o javnom mnijenju te koordinacija komunikacije sa studentima, profesorima i svim djelatnicima Sveučilišta.

10.4. Komunikacijski kanali Sveučilišta Sjever

Djelatnici za odnose s javnošću na Sveučilištu Sjever koriste široki asortiman komunikacijskih kanala i alata u svrhu postizanja dvosmjerne, kontinuirane i napredne komunikacije sa ključnim javnostima (studenti, potencijalni i bivši studenti, profesori, zaposlenici, mediji, gospodarski subjekti i ostala ključna javnost). U komunikaciji s ciljnom javnošću Sveučilišta, djelatnici za odnose s javnošću primjenjuju *offline* i *online* kanale:

- *Web Stranica* – mrežna stranica Sveučilišta Sjever služi kao osnovno središte informacija o sveučilištu, studijskim programima, događanjima, istraživanjima i drugim važnim informacijama.
- *E-mail* - slanje e-pošte omogućuje izravnu komunikaciju sa studentima, profesorima, zaposlenicima i drugim dionicima. Koristi se za obavijesti, najave događanja, važne informacije i slično.
- *Društvene mreže* - Sveučilište aktivno sudjeluje na društvenim mrežama poput Facebooka, Instagrama, TikToka i LinkedIna. Putem društvenih mreža djelatnici kontinuirano i pravovremeno objavljuju i dijele vijesti, događanja, uspjehe studenata te ih povezuju sa zajednicom.
- *Virtualna učionica i E-learning Platforme* – u svrhu ostvarivanja komunikacije između nastavnika i studenata te za pružanje online materijala, Sveučilište koristi virtualne učionice i e-learning platforme poput Merlina, danas najmodernijeg sustava za e – učenje u sustavu visokog obrazovanja.
- *Tiskani materijali* - brošure, letci, plakati, znanstveni i stručni časopisi i publikacije, priručnici, promotivni materijali koji se koriste za informiranje o studijskim programima, događanjima, posebnim postignućima ili edukaciju studenata i svih zainteresiranih javnosti.
- *Medijski kontakti i priopćenja za javnost* - Sveučilište komunicira s javnošću putem medijskih kontakt osoba, plasiranjem priopćenja za javnost te sustavnom i proaktivnom suradnjom s medijima kako bi dijelili važne informacije o Sveučilištu.
- *Edukativni seminari i radionice* - organiziranje edukativnih seminara i radionica omogućuje Sveučilištu interaktivnu i dvosmjernu komunikaciju sa studentima, potencijalnim studentima, profesorima i drugim zainteresiranim dionicima.
- *Alumni mreža* - alumni mreža Sveučilišta služi kao kanal za komunikaciju s bivšim studentima, dijeleći informacije o njihovim postignućima, pozivajući ih na događanja ili pružajući resurse za karijerni razvoj.
- *Oglasne ploče i ekrani* - postavljanje oglasnih ploča ili digitalnih ekrana na Sveučilištu može poslužiti za brzu distribuciju i diseminaciju informacija o događanjima, radionicama ili važnim obavijestima.

⁴⁴ Koliko god se zalagali, učili i nadograđivali, u tome nikako ne možete pretjerati, dostupno na: <https://www.unin.hr/2024/03/koliko-god-se-zalagali-ucili-i-nadogradivali-u-tome-nikako-ne-mozete-pretjerati/> (pristupljeno 7. ožujka 2024.)

Kombinacija ovih komunikacijskih kanala pomaže Sveučilištu Sjever u stvaranju sveobuhvatnog i učinkovitog sustava komunikacije s različitim dionicima.

10.5. Javnosti Sveučilišta Sjever

Kako bi ostvarile svoje ciljeve, visokoobrazovne ustanove moraju znati prepoznati, definirati i segmentirati svoje javnosti i njihove potrebe.⁴⁵ Ovo je posebno važno jer su javnosti heterogene i s njima je potrebno ostvariti učinkovitu komunikaciju putem različitih dostupnih kanala i alata.

Ključne javnosti s kojima Sveučilište Sjever komunicira su sljedeće:

Studenti – predstavljaju najvažniji resurs Sveučilišta Sjever, a njihova potpora i razumijevanje važno je za ostvarenje ciljeva. Jedan od navedenih ciljeva predstavljen je na panel raspravi Sveučilišta Sjever pod nazivom »Utjecaj informacijsko - komunikacijskih tehnologija na struku odnosa s javnošću« namijenjenog studentima diplomskog studija Odnosa s javnostima, ali i srodnih struka u svrhu aktualiziranja pitanja nužnosti osuvremenjivanja studijskih programa iz područja odnosa s javnošću primjenom tehnika, alata i metoda umjetne inteligencije.⁴⁶

Bivši studenti – najvažniji su izvor dobrovoljne potpore i odanosti. U svrhu ostvarivanja podrške ustanove, Sveučilište Sjever osnovalo je zajednicu bivših studenata (UNIN alumni) s ciljem međusobnog povezivanja bivših studenata i davanja doprinosa daljnjem razvoju Sveučilišta. Zajednica UNIN alumni obuhvaća više od 14.000 bivših studenata koji su završili prijediplomske, diplomske i poslijediplomske studije, kao i bivše polaznike programa cjeloživotnog obrazovanja.⁴⁷

Potencijalni studenti i njihovi roditelji – kako bi ostvarili podršku i privukli buduće studente, Sveučilište Sjever kontinuirano i sustavno koristi brojne komunikacijske kanale i alate putem kojih potencijalni studenti i njihovi roditelji dobivaju sve potrebne informacije o studijskim programima i načinima izvođenja nastave na Sveučilištu. Organiziranjem Dana otvorenih vrata i radionica različitih sadržaja za maturante i učenike srednjih škola, budući studenti imaju priliku upoznati se s mogućnostima studiranja, razgledati Sveučilište te doznati sve o iskustvima studiranja bivših studenata.⁴⁸

Mediji – nezaobilazna javnost Sveučilišta Sjever koja predstavlja važan kanal u komunikaciji Sveučilišta sa ključnim javnostima. U svrhu održavanja dvosmjerne komunikacije i suradnje između Sveučilišta i medija, a sukladno *Pravilniku o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta Sveučilišta Sjever*, zadaća djelatnika za odnose s javnošću je redovito ih informirati o svim aktivnostima na Sveučilištu te svakodnevno pratiti, prikupljati i selektirati sve važne medijske priloge i članke o Sveučilištu (press – clipping). Sveučilište Sjever, organizirajući godišnju konferenciju »Informacijske i komunikacijske znanosti u kontekstu promjena« redovito se obraća doktorandima, domaćim i međunarodnim stručnjacima i znanstvenicima u području medija, novinarstva, nakladništva i komunikacijskih znanosti te medijima i svim zainteresiranim skupinama promičući nove perspektive i pristupe znanstvenom radu, kao i promijene u kontekstu obrazovanja pod utjecajem novih tehnologija.⁴⁹

Lokalna zajednica – suradnja i zajednička sinergija Sveučilišta Sjever i lokalne zajednice može biti od velike i obostrane koristi. U tom kontekstu, Sveučilište je stavljaajući veliki naglasak na praktični dio nastave ostvario suradnju s koprivničkim Gradskim komunalnim poduzećem »Komunalac«. U okviru ove suradnje studenti su na vlastitim primjerima praktičnih zadataka i inovativnih rješenja izrađivali poslovne i marketing planove te planove integrirane marketinške komunikacije za potrebe prepoznatli-

⁴⁵ Z. TOMIĆ, nav. dj., 433.

⁴⁶ Promjene se događaju - mi ih moramo pratiti, dostupno na: <https://www.unin.hr/2024/02/promjene-se-događaju-mi-ih-moramo-pratiti/> (pristupljeno 7. ožujka 2024.)

⁴⁷ Na Sveučilištu Sjever osnovana zajednica bivših studenata - UNIN alumni, dostupno na: <https://www.unin.hr/2023/04/na-sveucilistu-sjever-osnovana-zajednica-bivisih-studenata-unin-alumni/> (pristupljeno 8. ožujka 2024.)

⁴⁸ Dan otvorenih vrata Sveučilišta Sjever, dostupno na: <https://www.unin.hr/2020/03/dan-otvorenih-vrata-sveucilista-sjever-3/>, (pristupljeno 8. ožujka 2024.)

⁴⁹ Godišnja konferencija Sveučilišta Sjever odgovorila na neka od pitanja u kontekstu promjena u području informacijskih i komunikacijskih znanosti, dostupno na: <https://www.unin.hr/2023/11/godisnja-konferencija-sveucilista-sjever-odgovorila-na-neka-od-pitanja-u-kontekstu-promjena-u-podrucju-informacijskih-i-komunikacijskih-znanosti/> (pristupljeno 8. ožujka 2024.)

vosti lokalnih brendova.⁵⁰ Sveučilište Sjever intenzivno osluškuje potrebe lokalne zajednice te potiče suradnju sa jedinicama lokalne samouprave. Štoviše, u cilju da ta suradnja bude još kvalitetnija, intenzivnija i da se ostvare rezultati na obostrano zadovoljstvo, Sveučilište je organiziralo okrugli stol na temu »Perspektive suradnje javne uprave, razvojnih agencija i Sveučilišta Sjever u korištenju EU projekata«.⁵¹ Kroz otvorenu diskusiju koja je okupila čelnike 13 gradova, predstavnike razvojnih agencija i poduzetničkih centara sa sjevera Hrvatske, Sveučilište je istaknulo potrebu za suradnjom u pogledu provedbe EU projekata, ali i bolje povezanosti lokalne i akademske zajednice.

Druge obrazovne ustanove – srednje škole, fakulteti, sveučilišta i druge visokoškolske ustanove važni su partneri Sveučilišta Sjever u ispunjavanju akademskih ciljeva. Jedna od uspješnih kampanja Sveučilišta je i predstavljanje studijskih programa Sveučilišta Sjever brojnim učenicima i maturantima srednjih škola.⁵² Osim navedenog, Sveučilište Sjever produbljuje i održava veze i sa ostalim visokoobrazovnim ustanovama, pa je u cilju povećanja vidljivosti Sveučilišta na svjetskoj akademskoj razini ostvarilo suradnju sa vijetnamskim sveučilištem University of Technology and Education⁵³. Također, na službenoj stranici Sveučilišta Sjever oblikovano je posebno sučelje pod nazivom *Suradnja s drugim institucijama*⁵⁴ u sklopu kojeg su dostupne sve informacije i obavijesti vezane za suradnju sa drugim institucijama u području visokog obrazovanja i gospodarstva.

Gospodarski subjekti – Sveučilište Sjever kontinuirano radi na povećanju suradnje s gospodarskim subjektima u svrhu što kvalitetnije izobrazbe kompetentnog stručnog kadra. Aktivna suradnja i osluškivanje realnih potreba gospodarstva u regiji jedan je od ciljeva i razvoja Sveučilišta te je u tu svrhu Sveučilište pokrenulo službeni internetski portal suradnje s gospodarstvom: portal *connect.unin.hr*⁵⁵ koji je namijenjen studentima te gospodarskim, zdravstvenim, medijskim i ostalim ustanovama s kojima Sveučilište ostvaruje suradnju. Pregledom i analizom spomenutog portala vidljivo je da je Sveučilište ostvarilo suradnju sa strateškim partnerima kao što su Vindija, Podravka, Pik Vrbovec, Belupo, Carlsberg Croatia, Hrvatska gospodarska komora, Kaufland Hrvatska, Hrvatski zavod za zapošljavanje, HAMAG BICRO, NOVA TV, 404 agencija, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Središnji državni ured za razvoj digitalnog društva i brojni drugi iz različitih područja djelatnosti.

Institucije EU – Sveučilište Sjever Erasmus+ programe provodi dugi niz godina i tako doprinosi povećanju mreže stranih partnera kao i internacionalizaciji obrazovanja i kompetencija nastavnog i nenastavnog osoblja Sveučilišta. Bilateralnu međunarodnu suradnju Sveučilište je ostvarilo s visokim učilištima u slijedećim zemljama: Finska, Mađarska, Portugal, Rumunjska, Slovačka, Slovenija, Turska, Poljska, Češka, Španjolska i dr.

Ostale značajne suradnje su Rektorski zbor RH, Europsko udruženje Sveučilišta (EUA), CARNET-om i dr.

10.6. Tehnike (kampanje) Sveučilišta Sjever

Sveučilište Sjever ustrojeno kao dinamična organizacija koja stalno prati, primjenjuje i ugrađuje znanstvene i stručne spoznaje primjenjuje niz uspješnih kampanja i tehnika u svrhu ostvarenja ciljeva,

⁵⁰ Suradnja s koprivničkom tvrtkom Komunalac d.o.o rezultirala inovativnim rješenjima i idejama studenata, dostupno na: <https://www.unin.hr/2024/02/suradnja-s-koprivnickom-tvrtkom-komunalac-d-o-o-rezultirala-inovativnim-rjesenjima-i-idejama-studenata/> (pristupljeno 9. ožujka 2024.)

⁵¹ Okrugli stol na Sveučilištu Sjever profilirao niz planova i suradnji s lokalnim upravama i razvojnim agencijama sjevera, dostupno na: <https://www.varazdinska-zupanija.hr/vijesti/okrugli-stol-na-sveucilistu-sjever-profilirao-niz-planova-i-suradnji-s-lokalnim-upravama-i-razvojnim-agencijama-sjevera.html> (pristupljeno 9. ožujka 2024.)

⁵² Uspješno predstavljanje studijskih programa Sveučilišta Sjever u Krapini i u Ivancu, dostupno na: <https://www.unin.hr/2023/03/uspjesno-predstavljanje-studijskih-programa-sveucilista-sjever-u-krapini-i-u-ivancu/> (pristupljeno 9. ožujka 2024.)

⁵³ Sveučilište Sjever širi mrežu internacionalne suradnje u Aziji, dostupno na: <https://varazdinski.net.hr/vijesti/drustvo/4418227/sveuciliste-sjever-siri-mrezu-internationalne-suradnje-u-aziji/> (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

⁵⁴ https://www.unin.hr/category/suradnja_institucije/ (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

⁵⁵ UNIN CONNECT, <https://connect.unin.hr/> (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

misije i vizije. U nastavku ovog poglavlja dati će se kratki pregled najučestalijih tehnika i kampanja koje Sveučilište provodi.

Spomenuta promocija Sveučilišta Sjever po srednjoškolskim ustanovama u vidu posjeta i prezentacije studijskih programa Sveučilišta jedna je od redovitih kampanja u sklopu koje ova ustanova komunicira s potencijalnim studentima. Uz navedeno važno je naglasiti i sudjelovanje Sveučilišta na sajmovima karijera u organizaciji srednjoškolskih ustanova ili jedinica lokalne samouprave. Sveučilište Sjever u statusu partnera sajma sudjeluje i na tehnološkim sajmovima, pa je u sklopu prvog tehnološkog sajmu o digitalnoj transformaciji gospodarstva predstavilo svoje studijske programe i sudjelovalo na stručnim tribinama.⁵⁶

Sveučilište Sjever redovito i planski koristi web stranicu i društvene mreže kao ključne komunikacijske kanale kojima pravovremeno informira studente, akademsko osoblje, medije, gospodarske subjekte, lokalnu zajednicu, partnere i ostalu širu javnost o događajima i aktivnostima na Sveučilištu. Nadalje, kako bi ostvarilo dvosmjernu komunikaciju i interakciju sa svim ključnim javnostima, Sveučilište intenzivno koristi različite društvene platforme (Facebook, Instagram, TikTok i LinkedIn) za provedbu digitalnih kampanja, promocije i diseminacije svih važnih informacija o aktivnostima i događanjima na Sveučilištu (sudjelovanje profesora i znanstvenika Sveučilišta Sjever na konferencijama i panelima, objave iskustava studiranja bivših studenata Sveučilišta Sjever, promocije studenata, upisi na studijske programe i sl.). Održavanje *Dana otvorenih vrata* jedna je od tehnika koju Sveučilište koristi u komunikaciji s potencijalnim studentima te potonjima nudi bogati program i sadržaj o mogućnostima studiranja na Sveučilištu Sjever. Također, važno je spomenuti i organiziranje *Erasmus + dana* u sklopu kojih Sveučilište održava prezentacije i nudi različite sadržaje o mogućnostima mobilnosti za studente i nastavno i nenastavno osoblje.

Obilježavanje *Tjedna karijera (UNIN Connect Week)* jedan je od najposjećenijih događanja na Sveučilištu Sjever koji okuplja veliki broj renomiranih poslodavaca i tvrtki iz STEM područja u svrhu ostvarenja izravne suradnje studenata i budućih poslodavaca. Ovaj događaj obilježen panel raspravama i bogatim programom predstavlja značajnu kampanju koju Sveučilište provodi kako bi povezal gospodarstvo i visoko obrazovanje, a u čijem središtu događanja se nalaze studenti (sadašnji i potencijalni), kao i članovi Alumni zajednice Sveučilišta Sjever.

Festival znanosti još je jedna kampanja koju Sveučilište Sjever kontinuirano provodi kako bi informiralo javnost o aktivnostima i rezultatima iz područja znanosti, poboljšalo javnu percepciju znanstvenika te motiviralo mlade ljude za istraživanje i stjecanje novih znanja.

10.7. Aktivna uloga društvene zajednice

Održavanje dobrih odnosa, stalna i otvorena komunikacija s društvenom zajednicom osobito je važna jer doprinosi razvoju društva, ali i naklonosti i poštovanju svih ključnih javnosti Sveučilišta Sjever. Odjel za informiranje i odnose s javnošću Sveučilišta aktivno sudjeluje u interakciji s društvenom zajednicom te sukladno poslovima i zadaćama koje obavlja, kreira i predlaže strategije o poslovanju Sveučilišta Sjever kao društveno odgovorne ustanove. Primjere koje valja istaknuti u kontekstu održavanja odnosa Sveučilišta s društvenom zajednicom su volontiranje studenata s ciljem društvene inkluzije. Jedan od takvih primjera odnosi se i na volontiranje studenata Sestrinstva na božićnoj priredbi udruge »Uz tebe sam«. ⁵⁷

Organiziranje već tradicionalnog Tjedna karijera na Sveučilištu Sjever (*UNIN Connect Week*) predstavlja aktivnu suradnju akademske i poslovne zajednice te studentima omogućava suradnju s budućim poslodavcima i stjecanje novih kontakata.⁵⁸

⁵⁶ Sveučilište Sjever na prvom tehnološkom sajmu o digitalnoj transformaciji gospodarstva, dostupno na: <https://www.unin.hr/2023/10/sveuciliste-sjever-predstavilo-se-na-prvom-tehnoloskom-sajmu-o-digitalnoj-transformaciji-gospodarstva/> (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

⁵⁷ Volontiranje studenata Sestrinstva na božićnoj priredbi udruge »Uz tebe sam«, dostupno na: <https://www.unin.hr/2022/12/volontiranje-studenata-sestrinstva-na-bozicnoj-priredbi-udruge-uz-tebe-sam/> (pristupljeno 11. ožujka 2024.)

⁵⁸ Najznačajnije tvrtke i ustanove u regiji iz STEM područja i ove godine na Tjednu karijera Sveučilišta Sjever, dostupno na: <https://www.unin.hr/2023/04/najznacajnije-tvrtke-i-ustanove-u-regiji-iz-stem-podru->

Sudjelovanje profesora i znanstvenika sa Sveučilišta Sjever na međunarodnim konferencijama fokusiranim prema tematici klimatskih promjena ili održivog razvoja predstavljaju još jedan primjer održavanja odnosa s društvenom zajednicom. O navedenom potvrđuje i činjenica da je Sveučilište Sjever kao organizator Međunarodne konferencije »Hrana i klimatske promjene« okupilo velik broj sudionika, znanstvenika i stručnjaka iz različitih zemalja kako bi tematizirali i raspravljali o problemima s klimatskim promjenama i proizvodnjom hrane.⁵⁹

10.8. Marketing i izdavaštvo

Centar za izdavačke i medijske studije (u daljnjem tekstu: CIMS) ustrojben je jedinicu Sveučilišta Sjever koja na temelju znanstvene i stručne izvrsnosti samostalno i/ili u suradnji s gospodarstvom razvija i provodi znanstveno-istraživačke, edukacijske i visokostručne projekte i druge aktivnosti na području nakladništva i elektroničkog nakladništva, kao i u širem području interdisciplinarnih i komparativnih pitanja i tema vezanih uz pojam knjige. Centar je osnovan u suradnji sa Sveučilištem u Rijeci, a strateški je usmjeren povezivanju s drugim ustrojbenim jedincima Sveučilišta te drugim nacionalnim i inozemnim visokoškolskim ustanovama s ciljem unapređivanja svojih djelatnosti. Djelatnost i aktivnosti CIMS-a namijenjene su prvenstveno studentima Sveučilišta Sjever i akademskom osoblju, no dostupne su i za domaću i međunarodnu akademsku i intelektualnu javnost. Sve obavijesti vezane uz Centar dostupne su na službenoj stranici Sveučilišta pod sučeljem *Centar za izdavačke i medijske studije*⁶⁰.

10.9. Sport

Sport i sportske aktivnosti visokoškolskih ustanova značajan su čimbenik u izgradnju imidža obrazovnih ustanova.⁶¹ Osim što predstavlja važnu kariku u izgradnji pozitivne percepcije i imidža sveučilišnih ustanova, Tomić (2016) dodaje da ono ima i veze sa razvojem sveučilišta, upisom studenata te u konačnici, s financijskom održivošću ustanove.

Na Sveučilištu Sjever djeluje *Savez sportskih udruga Sveučilišta Sjever* koji čini sastavni dio Odjela za razvoj karijera (»alumni«), potporu studentima i cjeloživotno učenje. Studenti uključeni u sportske aktivnosti sudjeluju na sportskim događanjima na nacionalnom i međunarodnom nivou. Kroz sudjelovanje predstavljaju Sveučilište Sjever, pridonose vidljivosti sveučilišta te postižu odlične rezultate. Nedavni uspjeh studenta Sveučilišta Sjever je ostvaren na prvom izdanju UniSportHR Snow, nacionalne završnice u zimskim sportovima održane na Platku u organizaciji Hrvatskog akademskog sportskog saveza gdje su predstavnice Sveučilišta Sjever postale državne prvakinja u odbojci na snijegu čime su osigurale nastup na Europskom prvenstvu u talijanskim Dolomitima krajem godine.⁶²

ZAKLJUČAK

Na temelju provedenog istraživanja i analize postavljenih hipoteza, može se zaključiti da strateški odnosi s javnošću na javnim sveučilištima u Republici Hrvatskoj, s naglaskom na Sveučilištu Sjever, ispunjavaju značajnu funkciju u povezivanju institucija s relevantnom javnošću. Slijedom navedenog, hipoteza 1 o funkcionalnoj povezanosti sveučilišta i strateške javnosti putem strateških odnosa s javnošću je potvrđena. Istraživanje je pokazalo da se ova povezanost ostvaruje kroz niz aktivnosti, uključujući informiranje o radu institucije, promociju programa i studija, izgradnju imidža i reputacije te održavanje dvosmjerne komunikacije s relevantnim javnostima.

cja-i-ove-godine-na-tjednu-karijera-sveucilista-sjever/ (pristupljeno 11. ožujka 2024.)

⁵⁹ Na Sveučilištu Sjever vrsni znanstvenici iz 12 zemalja raspravljaju o problematici i mogućim rješenjima na temu hrane i klimatskih promjena, dostupno na: <https://www.unin.hr/2023/10/na-sveucilistu-sjever-vrsni-znanstvenici-iz-12-zemalja-raspravljaju-o-problematici-i-mogucim-rjesenjima-na-temu-hrane-i-klimatskih-promjena/> (pristupljeno 11. ožujka 2024.)

⁶⁰ Centar za izdavačke i medijske studije, dostupno na: <https://www.unin.hr/?s=Centar+za+izdava%C4%8Dke+i+medijske+studije> (pristupljeno 11. ožujka 2024.)

⁶¹ Z. TOMIĆ, nav. dj., 454.

⁶² Studentice Sveučilišta Sjever prvakinja Hrvatske u odbojci na snijegu, dostupno na: <https://www.unin.hr/2024/02/studentice-sveucilista-sjever-prvakinja-hrvatske-u-odbojci-na-snijegu/> (pristupljeno 11. ožujka 2024.)

Također, hipoteza 2 o organizaciji odjela za odnose s javnošću na javnim sveučilištima u Republici Hrvatskoj je potvrđena. Uočeno je da su ovi odjeli često pozicionirani na srednjoj razini ustroja institucija i ne čine dio dominantne koalicije.

Hipoteza 3 o proaktivnoj komunikaciji sveučilišta sa strateškim javnostima kroz vlastite i javne komunikacijske kanale je potvrđena. Štoviše, sveučilišta koriste širok spektar kanala za komuniciranje, uključujući digitalne kanale poput web stranice i društvene mreže, a potom i biltene, tiskovne objave te aktivno sudjelovanje u javnim raspravama i manifestacijama.

Hipoteza 4 o korištenju društvenih mreža od strane studenata i budućih studenata za informiranje o radu sveučilišta je potvrđena. Društvene mreže postale su ključni kanal za informiranje o akademskim programima, događanjima, te o svim relevantnim informacijama vezanim uz studiranje.

Naposljetku, hipoteza 5 o doprinosu alumni klubova u povezivanju tržišta sa sveučilištima je potvrđena. Alumni klubovi aktivno sudjeluju u promociji institucija, uspostavljanju kontakata s potencijalnim studentima i donatorima te u održavanju veza s bivšim studentima.

Istraživanje u ovome radu je pokazalo da postoji prostor za napredak u svim aspektima strateških odnosa s javnošću na javnim sveučilištima. Dodatan napor potrebno je usmjeriti k jačanju uloge odjela za odnose s javnošću, te korištenju novih tehnoloških rješenja za efikasnu komunikaciju s relevantnim ciljnim javnostima. Sveučilišta moraju uložiti napore i kontinuirano graditi i održavati čvrste odnose sa svojim strateškim javnostima, kako bi osigurala dugoročni uspjeh i prosperitet.

Preporuke

Na temelju zaključka i provedenog istraživanja, iznose se sljedeće preporuke za unaprjeđenje strateških odnosa s javnošću na javnim sveučilištima:

Jačanje uloge odjela/ureda/službi za odnose s javnošću kroz strateško pozicioniranje u strukturi institucija, te kroz osiguranje adekvatnih resursa i profesionalnog osposobljavanja zaposlenika.

Širenje i aktivno korištenje različitih komunikacijskih kanala, s naglaskom na moderne digitalne platforme i društvene mreže.

Razvoj i implementacija strategije upravljanja alumni zajednice, s ciljem jačanja povezanosti s bivšim studentima i korištenja njihovog znanja, iskustva i resursa.

Kontinuirano praćenje trendova u području strateških odnosa s javnošću, te implementacija novih tehnoloških rješenja za efikasnu komunikaciju i interakciju sa stakeholderskim grupama.

Strateški odnosi s javnošću su od ključne važnosti za uspjeh javnih sveučilišta u današnjem dinamičnom okruženju. Implementacija preporuka iznesenih u ovom radu može značajno doprinijeti unaprjeđenju ovih odnosa i osigurati dugoročni prosperitet sveučilišnih institucija.

POPIS LITERATURE

1. A. Tomaš, P. Kuhar, N. Ladić, Utjecaj tehnologije na razvoj i afirmaciju odnosa s javnošću - od pamfleta do umjetne inteligencije, *South Eastern European Journal of Communications*, VI, 2, 2023.
2. A. Tomaš: *Komunikacijski menadžment*, AT Communication Story, Zagreb, 2022.
3. C. Steinber, Public Relations on the Campus: An Analysis and Interpretation of the Replies to a Questionnaire Survey, *The Journal of Higher Education*, Vol. 37., No. 3, 1966.
4. L. Wilcox, G. T. Cameron, *Public Relations – Strategies and Taktiks*, Pearson, 2009.
5. J. Grunig, J. N. Kim, *15 The four models of public relations and their research legacy*, Public Relations, C. Valentini (ur.), De Gruyter Mouton, 2021.
6. J. Henderson, *Educational Public Relations in: Handbook of Public Relations*, R. Heath (ur.), Sage Pub. Thousand Oaks, 2001., 536.
7. K. Hallahan, D. Holtzhausen, B. van Ruler, D. Verčić, K. Sriramesh, Defining strategic communication, *International Journal of Strategic Communication*, 2007.
8. M. Kunczika, A. Zipfel, *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, FES, Zagreb, 2006.
9. M. Radalj, *Odnosi s javnošću u neprofitnim organizacijama*, Hrvatska sveučilišna naklada, HUOJ, Zagreb, 2018.
10. O. Baskin, C. Aronoff, D. Lattimore, *Public Relations – The Profession and the Practice*, McGraw Hill, Boston,

1997., 197.

11. R. L. Heath, *Handbook of Public Relations*, Sage Publications, University of Houston, USA, 2004.
12. S. M. Cutlip, A. H. Center, G. M. Broom, *Odnosi s javnošću*, Mate, 2003.
13. S. M. Cutlip, *Public Relations History: From the 17th to the 20th Century. The Antecedens*, Lawrwnw Erlbaum Association, Pub., Hillsdale, New Jersey, 1995
14. Z. Tomić: *Odnosi s javnošću*, Synopsis, Sarajevo-Zagreb, 2016.

MREŽNI IZVORI

1. Sastavnice Sveučilišta u Zagrebu, dostupno na: <https://www.unizg.hr/o-sveucilistu/sastavnice-sveucilista/>
2. Pravilnik o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta na Sveučilištu u Zadru, dostupno na: https://www.unizd.hr/Portals/0/doc/doc_pdf_dokumenti/pravilnici/pravilnik_o_ustroju_i_sistematizaciji_20220329_3.pdf?ver=XuQvXnoFVLkNKvkfx5Pf4A%3d%3d
3. Sveučilište u Splitu: Sveučilišna tijela i službe, dostupno na: <https://arhiva.unist.hr/sveuciliste/sveucilisna-tijela-i-sluzbe/rektorat>
4. Sveučilišna tijela, dostupno na: <https://www.unizg.hr/o-sveucilistu/sveucilisna-tijela-i-sluzbe/>
5. Središnji ured za odnose s javnošću i protokol, dostupno na: <https://uniri.hr/media-press/odnosi-s-javnoscu/>
6. Službe i uredu, dostupno na: <https://www.unidu.hr/sluzbe-i-uredi/>
7. Kabinet rektora, dostupno na: https://www.unipu.hr/rektorat/kabinet_rektora
8. Priopćenja i odnosi s medijima, dostupno na: https://www.unizg.hr/fileadmin/rektorat/Novosti_press/Mediji/Priopcenja/Dodijeljena_priznanja_najboljim_studentima_sportasima_SuZ_za_ak_god_2022-2023.pdf
9. Sveučilište u Dubrovniku, dostupno na: <https://www.unidu.hr/pridruzite-se-humanitarnoj-akciji-studentske-ruke-dobrote-za-luciju/?cat=207>
10. Sveučilište u Puli, Dani otvorenih vrata, dostupno na: https://www.unipu.hr/novosti?%40=2fgza&fbclid=IwAR0hK4KGehtPB6iY8GKL4yGERgGZQrwg4IAIZRLPZqzTHCuu_9qX-MNFsIY#news_107442
11. Alumni Sveučilišta u Splitu, dostupno na: <https://arhiva.unist.hr/alumni/o-nama>
12. Alumni Mavar, Grancarić i Vučić Marasović o svom iskustvu studiranja na zadarskom sveučilištu: »Odredilo je naš životni put!«, dostupno na: <https://zadarski.slobodnadamacija.hr/zadar/regional/alumni-mavar-grancaric-i-vucic-marasovic-o-svom-iskustvu-studiranja-na-zadarskom-sveucilistu-odredilo-je-nas-zivotni-put-1348884>
13. Sveučilište u Rijeci, događanja, dostupno na: <https://uniri.hr/dogadaj/>
14. Sveučilište u Osijeku, dostupno na: <http://www.unios.hr/konferencija-inovacijski-potencijal-sveucilista-josipa-jurja-strossmayera-u-osijeku/>
15. Sveučilište u Slavskom Brodu – suradnja s gospodarstvom, dostupno na: <https://www.unisb.hr/suradnja-s-gospodarstvom/>
16. Otvoreno sveučilište, dostupno na: <https://uniri.hr/o-sveucilistu/uniri/>
17. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, dostupno na: https://www.unipu.hr/novosti?@=2fd0s#news_107442
18. Sveučilište u Rijeci, dostupno na: <https://uniri.hr/vijesti/rijeka-novi-ict-hub-ericssona-nikole-tesle/>
19. Humanitarni događaj, dostupno na: <https://www.unidu.hr/hvalevrijedan-humanitarni-dogadaj-sveuciliste-i-ovegodine-sudjelovalo-na-torta-partyju/?cat=243>
20. Ured za izdavačku djelatnost na Sveučilištu u Zadru, dostupno na: <https://izdavastvo.unizd.hr/>
21. Izdavaštvo, Sveučilište u Dubrovniku, dostupno na: <https://www.unidu.hr/izdavastvo/>
22. Izašla je nova rang lista, Sveučilište se hvali da je među 400 najboljih na svijetu, dostupno na: <https://www.srednja.hr/faks/izasla-je-nova-rang-lista-sveuciliste-se-hvali-da-je-medu-400-najboljih-na-svijetu/>
23. Statut Sveučilišta Sjever, dostupno na: <https://www.unin.hr/wp-content/uploads/UNIN-Statut.pdf>
24. Pravilnik o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta Sveučilišta Sjever, dostupno na: https://www.unin.hr/wp-content/uploads/Pravilnik-o-ustroju-i-sistematizaciji-radnih-mjesta-SveuC4%8DiIi%C5%A1ta-Sjever_Pro%C4%8Di%C5%A1%C4%87eni-tekst.pdf
25. Okrugli stol na Sveučilištu Sjever profilirao niz planova i suradnji s lokalnim upravama i razvojnim agencijama sjevera, dostupno na: <https://www.varazdinska-zupanija.hr/vijesti/okrugli-stol-na-sveucilistu-sjever-profilirao-niz-planova-i-suradnji-s-lokalnim-upravama-i-razvojnim-agencijama-sjevera.html>
26. Sveučilište Sjever širi mrežu internacionalne suradnje u Aziji, dostupno na: <https://varazdinski.net.hr/vijesti/drustvo/4418227/sveuciliste-sjever-siri-mrezu-internationalne-suradnje-u-aziji/>

SUMMARY

This paper investigates the strategies, challenges, and potentials of public relations at nine public universities in the Republic of Croatia, with a special focus on the University of the North. The goal of the research is to classify public relations, analyze communication activities on websites and social networks, identify strategies and tactics, conduct a comparative analysis among universities, and apply empirical methods to understand stakeholder perceptions. The methodology of the work is based on qualitative analysis of website content and monitoring of activities on social networks, analysis of communication materials, social networks and content, concretization method, comparative analysis, empirical method, and synthesis for drawing conclusions. In the context of universities, public relations become crucial for maintaining reputation, attracting students and solving various problems such as financial challenges, lack of resources and finding jobs for graduates. The research showed that relations with the public at public universities in the Republic of Croatia are in the development phase, with great potential for progress. The University of the North stands out for its active approach to strategic relations with the public, the use of modern communication channels and a focus on two-way communication. However, there are also challenges that universities face, such as limited resources, lack of coordination and the need to strengthen professional capacities in the field of public relations. The conclusion of this research suggests the need for further research and improvement of public relations practices at public universities in the Republic of Croatia, with the aim of ensuring their successful integration into higher education institutions and responding to the specific needs of their stakeholders.