

**СЛОБОМИР II УНИВЕРЗИТЕТ БАЊА ЛУКА
СЕНАТ СЛОБОМИР II УНИВЕРЗИТЕТА**

СТРАТЕГИЈА О ОДНОСИМА С ЈАВНОШЋУ

Бања Лука, 12.02.2026. година

САДРЖАЈ

УВОД	3
НОРМАТИВНИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР	4
ВИЗИЈА И МИСИЈА ОДНОСА С ЈАВНОШЋУ	5
ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ СТРАТЕГИЈЕ ОДНОСА С ЈАВНОШЋУ	5
ОДГОВОРНОСТ И ОРГАНИЗАЦИЈА ОДНОСА С ЈАВНОШЋУ	6
СТРАТЕШКИ И ОСНОВНИ ЦИЉЕВИ И КРИ ИНДИКАТОРИ	8
КОМУНИКАЦИЈА СА ЦИЉНИМ ГРУПАМА	9
Комуникација са студентима	9
Комуникација са партнерима	10
Комуникација са институцијама, предузећима и НВО сектором	10
Комуникација са медијима	10
Комуникација међу запосленима	10
ДИГИТАЛНИ КАНАЛИ И ОРГАНИЗАЦИЈА РАДА ВЕБ САЈТА	11
КРИЗНА КОМУНИКАЦИЈА	11
АКЦИОНИ ПЛАН (ЈЕДНОГОДИШЊИ)	13

Стратегија о односима с јавношћу Слобомир П Универзитета Бања Лука представља институционални документ којим се уређује планирање, реализација и праћење комуникације са унутрашњим и спољашњим групама јавности.

Документ је припремљен као ажурирана верзија постојеће стратегије, уз уважавање актуелних законских прописа, смјерница надлежних тијела за акредитацију, као и унутрашњих организационих промјена на Универзитету.

УВОД

Слобомир П Универзитет основан је 2003. године са визијом да омогући младим људима стицање савремених знања и компетенција, без обзира на удаљеност од свјетских академских центара. Идеја оснивања потекла је од брачног пара Мире и Слободана Павловића.

Универзитет је са радом отпочео 3. новембра 2003. године у два кампуса – у Слобомиру (Бијељина) и Добоју, са дозволама за рад за Факултет за менаџмент и Факултет за информационе технологије. Већ у академској 2004/2005. години рад је проширен оснивањем Правног факултета, Пореске академије, Филолошког факултета и Факултета за дизајн и графику. Годину дана касније, Факултет за дизајн и графику трансформисан је у Академију умјетности, а Правни факултет отворио је Одсјек за општу безбједност. Истовремено је започела и реализација постдипломских студија, које су убрзо проширене на све организационе јединице.

Од оснивања Универзитет је грађен на принципу интегрисаности, који је у потпуности институционализован 2007. године. Тада су све организационе јединице постале саставни дио Универзитета, у складу са законским прописима.

Од 2025. године започета је нова фаза организационих промјена усмјерена на модернизацију и усклађивање са европским и националним стандардима. На основу Рјешења Окружног привредног суда у Бањој Луци, сједиште Универзитета премјештено је из Бијељине у Бању Луку, уз нову власничку структуру. Истим поступком Факултет за безбједност и заштиту Бања Лука припојен је Слобомир П Универзитету у Бањој Луци.

Данас Универзитет дјелује као интегрисана високошколска установа са седам факултета:

1. ФАКУЛТЕТ ЗА БЕЗБЈЕДНОСТ И ЗАШТИТУ,
2. ФАКУЛТЕТ ЗА ЕКОНОМИЈУ И МЕНАѢМЕНТ,
3. ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ,
4. ФАКУЛТЕТ ЗА ИНФОРМАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ,
5. АКАДЕМИЈА УМЈЕТНОСТИ,
6. ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ,
7. ПОРЕСКА АКАДЕМИЈА.

Наставни процес се реализује уз ангажовање високостручног и међународно признатог наставног кадра, који је, поред академских достигнућа, остварио запажене резултате и у области привреде и умјетности. Студентима су на располагању модерно опремљене учионице, библиотеке, информатички кабинети и слично.

Високи стандарди квалитета потврђени су бројним националним и међународним признањима, међу којима је и „Европска награда за квалитет“ (Europe Business Assembly, Oxford, Велика Британија).

Агенција за високо образовање Републике Српске донијела је 5. јула 2022. године рјешења о институционалној акредитацији Слобомир II Универзитета и акредитацији свих студијских програма, са важењем до 4. јула 2027. године.

НОРМАТИВНИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР

Ова стратегија је усклађена са релевантним законским, подзаконским и стратешким документима у области високог образовања и јавног информисања.

Документ	Примјена у стратегији
Закон о високом образовању Републике Српске https://www.paragraf.ba/propisi/republika-srpska/zakon-o-visokom-obrazovanju.html	Транспарентност рада, јавно информисање, доступност информација
Закон о заштити личних података РС и БиХ https://www.paragraf.ba/propisi/bih/novi-zakon-o-zastiti-licnih-podataka.html	Заштита података студената и запослених у комуникацији
Закон о слободи приступа информацијама	Обавезе Универзитета у погледу јавности рада
Смјернице Агенције за развој високог образовања и осигурање квалитета (ХЕА) https://www.heg.gov.ba/	Јавно објављивање информација, транспарентност и комуникација
Стандарди и смјернице за осигурање квалитета у ЕХЕА (ESG) https://www.avors.org/images/af/esg_jerevan.pdf	Јавна доступност информација о студијским програмима и институцији

Полазећи од наведеног нормативног оквира, Слобомир II Универзитет Бања Лука своју комуникацију са јавношћу заснива на принципима законитости, транспарентности, одговорности и јавне доступности информација. Посебан акценат ставља се на обавезу тачног, благовременог и потпуног информисања свих заинтересованих страна, у складу са надлежностима и унутрашњом организацијом Универзитета.

Уважавајући смјернице Агенције за развој високог образовања и осигурање квалитета, као и Стандарде и смјернице за осигурање квалитета у Европском

простору високог образовања (ESG), комуникација са јавношћу препознаје се као саставни дио система обезбјеђења квалитета и институционалне одговорности. Ова стратегија, стога, представља не само комуникациони, већ и управљачки инструмент који доприноси јачању повјерења, угледа и друштвене релевантности Универзитета.

ВИЗИЈА И МИСИЈА ОДНОСА С ЈАВНОШЋУ

Визија и мисија односа с јавношћу дефинишу стратешки оквир за позиционирање Универзитета као одговорне и отворене академске институције.

ВИЗИЈА	Слобомир II Универзитет као препознатљива и кредибилна високошколска установа са развијеном културом транспарентне комуникације.
МИСИЈА	Обезбјеђивање систематичне, тачне и правовремене комуникације са свим циљним јавностима.

Визија и мисија односа с јавношћу на Слобомир II Универзитету представљају темељ за дугорочно позиционирање Универзитета као кредибилне, транспарентне и препознатљиве академске институције. Визија наглашава тежњу Универзитета ка јачању угледа у јавности, изградњи повјерења међу циљним групама јавностима и промоцији академских и истраживачких резултата, како на националном тако и на међународном нивоу.

Мисија односа с јавношћу усмјерена је на систематско и професионално управљање комуникацијом са свим релевантним актерима, укључујући студенте, наставно особље, партнере, медије и ширу заједницу. Посебан акценат ставља се на досљедност порука, благовременост информисања и прилагођеност садржаја различитим циљним групама, како би свака активност допринијела јачању видљивости Универзитета, подршци академским процесима и унапређењу укупне институционалне репутације.

ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ СТРАТЕГИЈЕ ОДНОСА С ЈАВНОШЋУ

Кључни принципи стратегије односа с јавношћу Слобомир II Универзитета темеље се на професионалном, транспарентном и одговорном приступу комуникацији. Они представљају водиле за све активности унутрашње и спољашње комуникације и осигуравају да сваки облик информисања буде усклађен са мисијом и визијом Универзитета. Основни принципи обухватају:

- **Транспарентну и двосмјерну комуникацију**, која омогућава јасно разумијевање и интеракцију са свим релевантним групама јавности;
- **Интензивну комуникацију са корисницима услуга и партнерима**, како би се осигурало да информације буду доступне и у складу са очекивањима спољашњих и унутрашњих актера;

- **Јасне, разумљиве и правремене поруке** у свим облицима комуникације, које поштују академске и професионалне стандарде;
- **Свака послана порука усклађена са основним начелима Универзитета**, осигуравајући досљедност и интегритет институционалног идентитета;
- **Непристрана и аполитична комуникација**, која одражава неповредивост академске неутралности и етичких стандарда;
- **Све комуникацијске активности које доприносе остваривању стратешких циљева Универзитета**, подржавајући развој институције и њену видљивост;
- **Двосмјерна и благовремена комуникација међу запосленима**, која подстиче колегијалност, разумијевање и професионалну координацију унутар Универзитета.

Ови принципи служе као основа за планирање и имплементацију свих комуникационих активности и представљају гарант да се сви облици односа с јавношћу воде у складу са најбољим академским и стандардима институционалне транспарентности.

ОДГОВОРНОСТ И ОРГАНИЗАЦИЈА ОДНОСА С ЈАВНОШЋУ

Слобомир II Универзитет нема формирану посебну службу за односе с јавношћу. Активности односа с јавношћу реализују се кроз уређивачки одбор Универзитета, надлежан за званични веб сајт, уз ангажовање спољних сарадника по потреби.

Организација и одговорности у односу на комуникацију са јавностима су дефинисане на следећи начин:

Актер	Улога	Одговорност
Уређивачки одбор	Координација и уређивање садржаја	Тачност, досљедност и усаглашеност информација са стратешким циљевима Универзитета
Наставници и сарадници	Креирање академског садржаја	Благовремена достава и квалитет садржаја
Студенти	Подршка садржајима за сајт и друштвене мреже	Ангажман у промоцији активности Универзитета
Спољни сарадници / маркетинг агенције	Кампање, визуелни идентитет	Поуздано и професионално спровођење активности

За имплементацију стратегије односа с јавношћу, ректор, проректори, декани и остале службе Универзитета носе кључну одговорност. Они обезбјеђују да се активности комуникације са студентима, партнерима, државним органима и гостима планирају, координишу и реализују у складу са стратешким циљевима Универзитета. Сви запослени који учествују у комуникацији одговорни су да се придржавају основних принципа стратегије, као и важећих законских и унутрашњих аката.

СТРАТЕШКИ И ОСНОВНИ ЦИЉЕВИ И КРІ¹ ИНДИКАТОРИ

Стратешки циљеви односа с јавношћу на Слобомир II Универзитету дефинисани су тако да подрже развојне и академске приоритете Универзитета, унаприједи његову видљивост и репутацију, те обезбиједи досљедну, транспарентну и професионалну комуникацију са свим релевантним јавностима.

Сваки циљ је усмјерен ка остваривању дугорочне стратегије институционалног развоја, јачању повјерења међу студентима, запосленима и партнерима, као и позиционирању Универзитета као кредибилне и препознатљиве академске институције.

Стратешки циљеви дефинисани су тако да омогуће мјерљивост и евалуацију ефеката комуникационих активности.

Циљ	Активност	КРІ
Повећање транспарентности	Редовно објављивање одлука и вијести	Минимум 4 објаве мјесечно
Јачање угледа	Промоција научних резултата	Број објава, научних радова и цитирања
Интерна информисаност	Интерни канали информисања (огласна табла, студентска служба, водич за студенте, друштвене мреже	Број објава, издавање водича, Задовољство корисника >70%
Побољшање позиције на вебметрик мрежи* Webometrics https://www.webometrics.org/bosnia-herzegovina	Сви запослени наставници и сарадници; Студенти	Број објављених научних радова, књига, учешће у међународним конференцијама и слично.

*Рангирање високошколских установа се врши на основу три индикатора: видљивост универзитета, отвореност универзитета и изврност у научно-истраживачком раду.

Основни циљеви стратегије односа с јавношћу су:

- **Промоција Универзитета и болоњских принципа образовања**, како би се истакла усаглашеност студијских програма са европским стандардима и осигурала препознатљивост на националном и међународном нивоу;

¹ КРІ- Key Perfomance Indicators (мјерљиви показатељи који се користе за праћење успешности у остваривању циљева)

- **Подстицање уписа нових студената**, кроз ефикасну комуникацију и информисање о образовним програмима, бенефитима студирања и могућностима каријерног развоја;
- **Благовремено информисање уписаних студената**, како би се осигурала континуирана подршка академском процесу и унаприједила студенстка ангажованост;
- **Одржавање трајних веза са свршеним студентима**, подстицањем умрежавања, учешћа у активностима Универзитета и промоцијом Alumni мреже;
- **Тачно и првавремено информисање јавности**, које осигурава транспарентност рада Универзитета и доприноси повјерењу јавности;
- **Стварање препознатљивог брента**, заснованог на квалитету наставних програма и стручности наставног особља;
- **Стварање имица Универзитета као лидера међу приватним универзитетима у Босни и Херцеговини**, кроз комуникацију резултата, иновација и академских достигнућа;
- **Подстицање атмосфере повјерења и лојалности међу особљем Универзитета**, што доприноси унутрашњој координацији, стабилности и ефикасности у спровођењу стратегије.

КОМУНИКАЦИЈА СА ЦИЉНИМ ГРУПАМА

Начини комуникације на Слобомир П Универзитету дефинисани су према специфичностима сваке циљне групе, уз пажљиво планирање канала, садржаја и начина интеракције. Стратешки приступ омогућава да поруке буду прецизне, релевантне и благовремене, у складу са принципима транспарентности, досљедности и професионализма.

Комуникација са студентима

Комуникација са студентима разликује се према три основне групе:

- Већ уписани студенти;
- Потенцијални студенти који тек треба да се упишу и
- Свршени студенти.

Већ уписани студенти информисани су и укључени у комуникацију кроз усмену интеракцију са професорима и асистентима током наставе, као и путем е-поште, веб странице Универзитета, електронских платформи и других дигиталних канала. Сви студенти, уписом на Универзитет, добијају контакт податке одговорног особља на факултету, професора и асистената, што омогућава директну и благовремену размену информација. Такође, студенти имају могућност међусобне комуникације и ангажмана кроз **СТУДЕНТСКИ ПАРЛАМЕНТ**, који функционише као платформа за интеракцију, иницијативе и дискусије.

Потенцијални студенти се обавјештавају кроз веб страницу Универзитета, промотивни материјал, огласе у медијима, као и путем директних презентација у средњим школама. Поред тога, Универзитет организује посјете радним организацијама и институцијама како би будући студенти стекли практичан увид у академске програме и могућности каријерног развоја.

Свршени студенти одржавају везу са Универзитетом кроз веб страницу и активности **АЛУМНИ** асоцијације, која омогућава умрежавање, размену искустава и учешће у академским и професионалним догађајима Универзитета.

Комуникација са партнерима

Са партнерима са којима Универзитет има уговор о сарадњи организују се редовни периодични састанци, на којима се разматрају постигнућа сарадње и планирају нове активности. Остали видови комуникације укључују размјену е-поште, телефонске разговоре и ad-hoc састанке, у складу са потребама и динамиком сарадње.

Комуникација са институцијама, предузећима и НВО сектором

Универзитет позива представнике релевантних институција, Министарстава, предузећа, НВО сектора и слично, на све значајније догађаје и активности. Ова стратегија осигурава дугорочну видљивост Универзитета и његово активно учешће у широј академској и друштвеној заједници.

Комуникација са медијима

Универзитет ће, зависно од значајности догађаја (семинари, долазак истакнутих гостију, пројектне активности и сл.), обавјештавати представнике медија путем званичних саопштења за јавност. Циљ је обезбједити тачне и правремене информације, унаприједити видљивост Универзитета и подржати његову репутацију као кредибилне академске институције.

Комуникација међу запосленима

Комуникација међу запосленима је континуирана и одвија се путем усмених договора, е-поште и радних састанака. Универзитет ће по потреби организовати састанке свих запослених, прилагођене специфичним темама и потребама, како би се обезбиједила координација, досљедност и ефикасност у свим комуникационим активностима.

ДИГИТАЛНИ КАНАЛИ И ОРГАНИЗАЦИЈА РАДА ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦЕ

Слобомир П Универзитет користи дигиталне канале као кључну платформу за комуникацију са студентима, потенцијалним студентима, свршеним студентима, партнерима, институцијама и широм јавности. Основни дигитални канали укључују:

- **Званични веб сајт Универзитета**, који је примарни извор информација о академским програмима, уписима, пројектима, новостима и догађајима;
- **Друштвене мреже** (Facebook, Instagram, LinkedIn), које омогућавају интерактивну комуникацију, промоцију активности и умрежавање са студентима, алумнијем и партнерима;
- **Електронска пошта и интерне платформе**, за директну и персонализовану комуникацију са студентима и запосленима;
- **Онлајн алати и презентације** (вебинари, Zoom/Webex, дигиталне брошуре), који подржавају учење на даљину, промотивне активности и интеракцију са циљним групама.
- **Платформа е- настава „Предмет“**, која представља систем за студенте и професоре где се постављају материјали за савладавање предмета, силабус, литература и додатни садржаји за сваки предмет, организовани према факултетима. Ова платформа омогућава структурисану, досљедну и лако доступну комуникацију академских садржаја и подршку процесу учења.

Организација рада веб сајта је повјерена је уређивачком одбору Универзитета, који координира са наставницима, студентима и, по потреби, спољним сарадницима или маркетинг агенцијама.

Основни задаци укључују:

- Одржавање тачности и досљедности садржаја у складу са стратешким циљевима и принципима Универзитета;
- Континуирано ажурирање информација о академским програмима, уписима, пројектима и активностима Универзитета;
- Координацију објава на друштвеним мрежама, уз подршку студената и спољних сарадника;
- Осигуравање да сваки дигитални садржај буде усклађен са важећим законским прописима, правилима о заштити личних података и принципима непристрасности и професионализма.

Детаљна организација рада, процедура ажурирања садржаја, техничке препоруке за израду и одржавање веб сајта и остале активности у овом процесу биће дефинисани посебним Правилником који ће се односити на рад веб сајта и дигиталних канала.

КРИЗНА КОМУНИКАЦИЈА

Кризна комуникација представља саставни дио Стратегије односа с јавношћу Слобомир П Универзитета и има за циљ правовремено, одговорно и координисано реаговање у ванредним и осјетљивим ситуацијама које могу утицати на углед и повјерење јавности у рад Универзитета.

Ситуација	Одговор	КРИ
Негативни медијски наводи	Званично саопштење у року 24h	Вријеме реакције
Интерни инциденти	Интерна обавијест	Информисаност запослених

У случају појаве негативних медијских навода, Универзитет ће реаговати благовремено кроз званична саопштења, с циљем да се јавности пружи провјерене и релевантне информације, спријечи ширење нетачних навода и очува институционални кредибилитет. Посебан акценат ставља се на брзину реакције, као кључни индикатор ефикасности кризне комуникације.

Када су у питању интерни инциденти, комуникација је усмјерена првенствено ка запосленима, путем интерних обавијести, како би се обезбиједила благовремена информисаност, јасно разумијевање ситуације и координисано дјеловање. Ниво информисаности запослених представља важан показатељ успјешности интерне кризне комуникације и доприноси очувању стабилности и повјерења унутар Универзитета.

Број: С-06-02.1/26
Датум: 12.02.2026. године

ПРЕДСЈЕДАВАЈУЋИ СЕНАТА
РЕКТОР
Проф. др Слободан С. Жупљанин

АКЦИОНИ ПЛАН (ЈЕДНОГОДИШЊИ)

Акциони план дефинише кључне активности, носиоце и индикаторе успјешности за једногодишњи период имплементације стратегије.

Активност	Носилац	Рок	KPI / Индикатор успеха
Ажурирање и одржавање веб сајта – редовно додавање новости, програма, пројеката и активности Универзитета	Уређивачки одбор, наставници, студенти, спољни сарадници	Континуирано	Број ажурираних страница/мјесечно, број посјета сајту, број интеракција на објавама
Одржавање платформе е-настава „Предмет“ – постављање материјала за наставу, силабуса и литературе по предметима и факултетима	Наставници, асистенти	Континуирано, по семестру	Процент предмета са комплетним материјалима, број корисничких приступа и преузимања материјала
Друштвене мреже – креирање и објава садржаја, интеракција са студентима и партнерима	Студенти, спољни сарадници, уређивачки одбор	Континуирано	Број објава, број лајкова, коментара и дијелења, раст пратилаца
Промотивне активности за потенцијалне студенте – презентације у средњим школама, учешће на сајмовима образовања, онлајн огласи	Проректор за наставу, декани, маркетинг сарадници	Фебруар – јун	Број одржаних презентација, број присутних ученика, број уписаних студената након активности
Информације за већ уписане студенте	Наставници, асистенти, студентска служба, библиотека	Континуирано	Процент студената који су примили информације, број послатих билтена

Активност	Носилац	Рок	КРП / Индикатор успеха
– е-маил комуникација, билтени, усмени информативни састанци			
Одржавање односа са свршеним студентима (Alumni) – информисање, укључивање у догађаје и пројекте	Проректор за наставу, Алумни асоцијација, свршени студенти	Континуирано	Број активности за Alumni, број укључених свршених студената
Сарадња са партнерима – периодични састанци, размена е-поште, договори о новим пројектима	Ректор, проректори, декани	Квартално	Број реализованих састанака, број нових иницијатива/пројеката, број нових споразума, уговора и сл.
Комуникација са институцијама, предузећима и НВО сектором – позиви на догађаје, саопштења, презентације	Ректор, проректори, маркетинг сарадници	Полугодишње / по догађају	Број позваних и присутних представника институција и НВО, број нових споразума, уговора и сл.
Комуникација са медијима – саопштења, пресс објаве, медијске конференције по значајним активностима	Ректор, проректори, декани, спољни сарадници за маркетинг	По потреби, најмање 2 пута годишње	Број објављених саопштења, медијски одзив, број објављених чланака
Унутрашња комуникација међу запосленима – редовни радни састанци, е-маил обавјештења, усмени договори	Ректор, проректори, декани, све службе	Континуирано	Број организованих састанака, анкета задовољства запослених

Активност	Носилац	Рок	КРИ / Индикатор успеха
Евалуација и праћење ефеката стратегије – анализа КРИ индикатора, извјештај о напретку	Проректор за наставу, Уређивачки одбор	Једном у шест мјесеци	Извјештај са закључцима, препоруке за побољшање активности

НАПОМЕНЕ:

- Сви носиоци активности одговорни су за благовремену реализацију и извјештавање у складу са принципима стратегије.
- Континуирана координација између уредничког одбора, наставника, студената и спољних сарадника обезбјеђује досљедност порука и квалитет комуникације.
- Једногодишњи Акциони план служи као оперативни оквир за планирање, имплементацију и праћење свих активности у области односа с јавношћу, а на основу добијених резултата могу се правити корекције и унапређења.