

PRSS, Slovensko društvo za odnose z javnostmi
Vojkova cesta 58
1000 Ljubljana

Zadeva: Vložitev kandidature za člane uprave PRSS, Slovenskega društva za odnose z javnostmi

Tina Cipot, Maja Kalan Pongrac in Martin Bajželj, redni člani Slovenskega društva za odnose z javnostmi, oddajamo kandidaturo za novo upravo Slovenskega društva za odnose z javnostmi:

Tino Cipot za predsednico,

Maja Kalan Pongrac za podpredsednico,

Martin Bajželj za podpredsednika.

Kandidati prilagamo:

- pisna soglasja, da smo pripravljeni kandidirati,
- kratke strokovne biografije,
- pisni program in povzetek programa kandidatov za člane uprave Slovenskega društva za odnose z javnostmi z vizijo uresničevanja funkcije članov uprave,

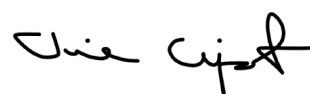
V Ljubljani, 15. 5. 2023

SOGLASJE

Spodaj podpisana Tina Cipot, rojena 13. 2.1975, v Murski Soboti, stanujoča v Starem trgu pri Višnji Gori 30, 1294 Višnja Gora, soglašam s kandidaturo v vodstvo Slovenskega društva za odnose z javnostmi.

V Ljubljani, 15. 5. 2023

Podpis

Handwritten signature of Tina Cipot in black ink.

SOGLASJE

Spodaj podpisana Maja Kalan Pongrac, rojena 23. 8. 1984 v Kranju, stanujoča Spodnje Bitnje 9, 4209 Žabnica, soglašam s kandidaturo v vodstvo Slovenskega društva za odnose z javnostmi.

V Ljubljani, 15. 5. 2023

Podpis

Handwritten signature of Maja Kalan Pongrac in black ink.

SOGLASJE

Spodaj podpisani Martin Bajželj, rojen 18. 11. 1982, v Kranju, stanujoč na Skokovi ulici 2, 4000 Kranj, soglašam s kandidaturo v vodstvo Slovenskega društva za odnose z javnostmi.

V Ljubljani, 15. 5. 2023

Podpis

Handwritten signature of Martin Bajželj in black ink on a white background.

ŽIVLJENJEPIS

TINA CIPOT

Tina Cipot je vodja področja Korporativno komuniciranje v podjetju Lidl Slovenija. V času študija novinarstva na Fakulteti za družbene vede se je aktivno vključila v različna uredništva medijev, leta 2004 pa je prevzela urednikovanje starševske revije Otrok in družina. Leta 2006 se je pridružila ekipi odnosov z javnostmi v Telekomu Slovenije, kjer je do leta 2010 delovala na področju internega, produktnega in družbenomedijskega komuniciranja. Po dobrih dveh letih zaposlitve v podjetju Kliping, je maja 2013 prevzela vodenje Službe za odnose z javnostmi v Lidlu Slovenija (zdaj Korporativno komuniciranje). S svojo ekipo je zadolžena za strateško korporativno in interno komuniciranje, obenem pa skrbi tudi za trajnostni razvoj podjetja ter družbeno odgovorno pobudo Ustvarimo boljši svet.

V Slovenskem društvu za odnose z javnostmi je članica že vrsto let, od leta 2017 tudi v vlogi predsednice oziroma podpredsednice društva. Njena želja je aktivno prispevati k razvoju stroke odnosov z javnostmi, saj verjame, da je sodelovanje z zunanjimi in notranjimi deležniki ključno, saj le tako lahko, pa najsaj gre za podjetje ali društvo, ustvariš dodano vrednost za vse. Kot članica programskega ali organizacijskega odbora je aktivna tudi v izvedbi Slovenske konference o odnosih z javnostmi (SKOJ).

MAJA KALAN PONGRAC

Maja Kalan Pongrac je vodja Korporativnega komuniciranja v podjetju Ljubljanske mlekarne. V času študija politologije – mednarodni odnosi na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani je začela z delom v časopisni hiši Žurnal media, pri dnevniku Žurnal24 in tedniku Žurnal.

Krajše obdobje je bila sodelavka Centra Evropa, takratnega informacijskega središča za zadeve EU. Pri časnikih je kot novinarka pokrivala notranjo politiko, kasneje pa postala tudi dnevna urednica in urednica tematskih prilog. Leta 2015 se je pridružila Ljubljanskim mlekarnam kot koordinatorka v korporativnem komuniciranju, leta 2019 opravila izobraževanje v okviru programa London School of Public Relations, leta 2020 pa prevzela vodenje oddelka, v katerem sta skupaj s sodelavko dve komunikatorki. Oddelek pokriva interno in zunanje komuniciranje, celoten komunikacijski splet korporativne blagovne znamke Ljubljanske mlekarne in družbeno odgovorne komunikacije S posluhom za jutri, ki je ob lansiranju leta 2019 prejela nagrado Prizma, v zadnjem času pa je prevzela tudi vlogo koordinatorja družbene odgovornosti v družbi.

V letih 2022 in 2023 je bila članica programskega odbora Slovenske konference za odnose z javnostmi in udeleženka prve generacije mentorskega programa Preskok.

MARTIN BAJŽELJ

Martin Bajželj je vodja Sektorja za objavljanje in komuniciranje na Statističnem uradu Republike Slovenije (SURS). Študij geografije je dokončal leta 2008 na Filozofski fakulteti v Ljubljani. Kmalu po zaključnem študiju se je zaposlil na SURSu, kjer že od leta 2012 deluje na področju odnosov z javnostmi. Svoje znanje na področju komuniciranja je pridobival in nadgrajeval z udeleževanjem na različnih izobraževanjih v domačem in mednarodnem okolju, kot so npr. Šola retorike, Evropski programi za izobraževanje statističnih pripravnikov, programi v sklopu Evropske akademije, programi v sklopu medresorske skupine komunikatorjev državnega sektorja. Je uradni govorec SURSa, ki redno daje izjave za različne medije, sodeluje v TV oddajah in predava o tematikah s področja statistike in javnega nastopanja. Na SURSu je bil začetnik danes široko poznanega načina komuniciranja na družbenih omrežjih, v katerega je danes še vedno aktivno vključen. Novembra 2020 je prevzel vodenje organizacijske enote s 30 zaposlenimi, ki deluje na področju diseminacije in komunikacije ter notranje podpore procesom na SURS.

Skupaj s svojo ekipo so v zadnjem desetletju vzpostavili način komuniciranja in predstavljanja statistike, ki se v javni upravi in tudi v zasebnem sektorju pogosto navaja kot primer dobre prakse. Martin je dobitnik priznanja odličnosti statističnega poročanja v medijih, ki ga podeljuje Statistično društvo Slovenije, za komuniciranje na družbenih omrežjih pa je komunikatorska ekipa SURS prejela nagrado Prizma 2022.

Ljubljana, maj 2023

VIZIJA PROGRAMA DELA PRSS (2023 – 2025)

Slovensko društvo za odnose z javnostmi po treh desetletjih obstoja, predane skrbi za profesionalni razvoj odnosov z javnostmi, kljub negotovim časom, ki so jih zaznamovali epidemija, inflacija in nemir v svetu, postaja vse močnejše. Nova realnost kaže nujno po oblikovanju korporativnih komunikacij v sleherni organizaciji, kar se kaže v izredni potrebi po gradnji kompetenc pri članih. Tako je nujno, da društvo svoje delovanje v prihodnjih letih še bolj sledi tem trendom.

V letu 2022 in 2023 smo na 24. in 25. Slovenske konference odnosov z javnostmi pozdravili rekordno število udeležencev, obenem pa znotraj nekaterih sekcij – Sekcija internih komunikatorjev, Sekcija za razvoj družbene odgovornosti in nevladnih organizacij – zagnali brezplačne izobraževalne spletne dogodke, ki so pri članih naleteli na dober odziv (PRava stvar, ABC trajnosti).

Uspešno je bilo tudi sodelovanje z zunanjimi deležniki. V maju 2023 je društvo v okviru Zakladnice znanja skupaj s Založbo Fakultete za družbene vede izdalo še en prevod strokovne literature – Komunikacijska odličnost (avtorji prof. dr. Ralph Tench, prof. dr. Dejan Verčič, prof. dr. Ansgar Zerfass, prof. dr. Ángeles Moreno inizr. prof. dr. Piet Verhoeven).

Nadaljnje aktivnosti pa bodo usmerjene v naslavljanje osrednjih izzivov:

- razvoj in povezovanje strokovno-specifičnega znanja, strateškega in upravljaljskega znanja, ki je ključen v hitrem tehnološkem razvoju ter transformiranju odnosov do deležnikov.
- redefiniranje vloge in nalog odnosov z javnostmi ter vprašanja ključnih kompetenc v času, ko ni jasnih usmeritev o tem, kdo »je lahko« komunikator.
- epidemija je komunikatorjem prinesla tudi nekaj dobrega – razkrila je, kako dragocena znanja imamo in da sodimo k odločevalski mizi. Odnosi z javnostmi so upravljaljska disciplina, ki analizira trende, predvideva njihove posledice, svetuje organizacijskim vodjem in izvaja načrtovane programe akcij z namenom, da služijo organizacijskemu in javnemu interesu. Vendar pa je

kompetentno sodelovanje pri odločanju možno le z ustrezno strokovno usposobljenostjo.

IZHODIŠČA

Med temeljnimi dokumenti Slovenskega društva za odnose z javnostmi so navedena izhodišča, ki jih mora zasledovati vsaka uprava društva, pa tudi razvojne smernice stroke¹.

Te so usmerjene predvsem v profesionalizacijo ter pridobivanje vrednosti pri odločevalcih ter vzpostavitev sistema vseživljenjskega učenja, ki bo spodbujal k osebni in profesionalni razvoju na področju odnosov z javnostmi, sistematično prenašanja znanj tudi na prihajajoče generacije komunikatorjev in dobre prakse.

Ob obstoječih izhodiščih v programu vizije uresničevanja funkcije uprave PRSS v letu 2023 - 2025, poudarjamo sledeče usmeritve:

- promocijo društva in aktivacijo članstva, povečanje njihovega števila in števila aktivnosti,
- razvoj znanja in krepitev založniške dejavnosti društva,
- sistematično načrtovanje aktivnosti sekcij in društva nasploh,
- oblikovanje sistematičnega prenašanja izkušenj in znanj (mentorstvo),
- tesnejše povezovanje in sodelovanje društva (in članstva) s sorodnimi združenji, društvi in izobraževalnimi ustanovami (managerskimi, novinarskimi, kadrovske, fakultetami, gospodarskimi zbornicami), ne le v Sloveniji, ampak tudi na regijski in evropski ravni.

PROGRAM DELA 2021-2023

Predlagano vodstvo nadaljuje ambiciozne cilje in aktivnosti predhodnikov, usmerjene v razvoj društva za prihodnja leta.

Vodstvo PRSS bo pri svojem delu prednostno sledilo razvojnim in poslovnim smernicam:

¹ http://www.piar.si//media/razvojne_smernice_2010.pdf

Razvojno – izobraževalni cilji:

- razširiti ponudbo brezplačnih in plačljivih izobraževalnih dogodkov s poudarkom na interdisciplinarnih veščinah,
- aktivacija komuniciranja v javnem sektorju, s poudarkom na internem komuniciranju,
- vsebinsko povezovanje s slovenskimi fakultetami, ki ponujajo programe komuniciranja,
- ureditev področja delovanja sekcij in oživitev pasivnih sekcij v društvu,
- posodobitev zastarelega statuta društva.

Poslovni cilji:

- pripraviti poslovni načrt, ki bo omogočil delno profesionalizacijo nalog koordinatorja društva, saj je delovanje društva zgolj na prostovoljni ravni na dolgi rok težko vzdržno,
- ponovna aktivacija članstva in njegovo povečanje,
- optimizacija stroškov in iskanje novih finančnih virov (javni razpisi, EU sredstva).

Promocijski cilji:

- povečati prepoznavnost članov in društva, njegove vloge in poslanstva,
- oblikovanje platforme za deljenje odprtih priložnosti za komunikatorje (delovna mesta, izobraževanja itd),
- prenoviti CGP društva in postaviti novo spletno stran,
- povezovanje z različnimi platformami (podkasti, videokasti, mediji) za nagovarjanje aktualnih komunikacijskih vsebin,
- ponovna vzpostavitev podkasta društva Rezervirano za PR.