



REPUBLIKA E SHQIPËRISË  
UNIVERSITETI I TIRANËS  
FAKULTETI I HISTORISË DHE I FILOLOGJISË  
DEPARTAMENTI I GAZETARISË DHE KOMUNIKIMIT



Programi: **Bachelor**

Drejtimi: **Gazetari**

**Lënda: Marketing i komunikimit**

<i>Pedagogu:</i>	Dr. Eva Londo
<i>Ngarkesa:</i>	5 ETCS (15 javë: 2 leksione në javë)
<i>Lloji i lëndës:</i>	detyrueshme
<i>Viti/semestri:</i>	III/I

**Përshkrimi:** marketingu i komunikimit është një disiplinë e cila inkorporon shumësinë e taktikave që përdoren për të promovuar produktin, shërbimin apo idenë. Reklama është mjete me i hershem që identifikon shpesh disiplinën, e cila tashmë është zgjeruar me një mori aktivitetesh të tjera të marketingut miks ku bëjnë pjesë edhe marrëdhëniet me publikun. Kjo lëndë do të merret me studimin e mjeteve me kuc që përdor marketingun e komunikimit duke bërë një analizë të thelluar të reklames, promovimit të shitjeve, marketingut të drejtperdrejtë dhe marrëdhënieve me publikun,. Ajo do t'ju japë studenteve njohuri mbi teoritë e komunikimit që lidhen me markom, sjelljen, medianë e audiencën.

**Temat e leksioneve:**

- 1 - Industria e komunikimit, e shkuara dhe e tashmja
- 2 - Teoritë e komunikimit
- 3 – komunikimi në shoqëritë multikulturore (Diskutim dhe lexime)
- 4- Tregu/segmentimi/sjellja
- 5 - Portofoli/aktivitete të marketingut të komunikimit
- 6 - Mediumet e komunikimit në Markom
- 7 – Strategjia dhe komunikimi. Si ndërtohet strategjia e markom
- 8 - Marrëdhëniet me publikun – roli, përcaktime
9. Aktivitetet e Marrëdhënieve me publikun në media
- 10- MP, Media, Gazetaret në ndërkombëtar – Diskutim dhe lexime
- 11- Makineria mediatike e qeverisë. Zyra e shtypit
- 12 - Axhenda e MP
- 13 – Analiza e mjeteve të markom. Praktike
- 14 – Praktika shtjelluese (Prezantime)
- 15 – Praktika shtjelluese (Prezantime)

**Forma e kontrollit dhe vlerësimit**

- <i>Angazhimi në diskutime:</i>	10% e notës
- <i>Prezantime në javën 14 e 15</i>	20% e notës
-- <i>Detyra kurse, diskutime mbi libra ose ese:</i>	20% e notës
- <i>Kontrolli përfundimtar: provim me shkrim</i>	50% e notës
- <i>Gjithsej:</i>	100%

**Literatura:**

1. Leksione te perkthyer e pershtatura nga pedagogu I lendes
2. Banaj,Admir, ( 2003)Zanafilla e reklames dhe marredheneive me publikun, Fakulteti Histori Filologji
3. Dervishi., Zyhdi, (2008) *Lente te nderveprimit simbolik*, Emal, (B)
4. Bergstrom, Bo (2012) Bazat e komunikimit pamor, UET press, Tirane
5. McLuhan,Marshall, (2004) Instrumentat e komunikimit, Instituti i Dialogut dhe Komunikimit, Tirane (b)
6. Pira Francesco (2000) Si te ndertosh nje zyre shtypi..
7. Papa, Michael, Daniels, Tom, Spiker, Barry, (2009), Komunikimi organizativ, qasjet dhe prirjet, UET Press.
8. Bakiu, Vjollca, (2007) Sjellja konsumatore, Erik, Tirane