



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



Programi: **Bachelor**

Drejtimi: **Gazetari dhe komunikim**

Lënda: ATELIE E MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN PËR GAZETARË

| | |
|------------------------|--|
| <i>Pedagogu:</i> | Dr. Eva LONDO, Ma. Loreta ZELA (AXHAMI) |
| <i>Ngarkesa:</i> | 4 ETCS (15 javë: 1leksione,4 orë seminare në javë) |
| <i>Lloji i lëndës:</i> | e detyrueshme |
| <i>Viti/semestri:</i> | III/II |

Përshkrimi: Ky kurs trajton njohuritë teorike dhe praktike për konceptimin, prodhimin dhe shpërndarjen e materialeve të MP (PR) dhe marketingut. Lënda fokusohet në ndërtimin dhe përdorimin e imazheve, teksteve dhe mesazheve të MP për nevoja të kompanive, organizatave, institucioneve, etj. Pjesë e lëndës do të jetë edhe analizimi i lajmeve MP, reklamave si në mediat tradicionale apo mediat e reja. Zhvillime të tilla si: zhvendosja e pushtetit nga media tek qytetarët dhe nga kompanitë tek konsumatorët si dhe interneti, mediat sociale, etj. diktojnë forma të reja të komunikimit MP të cilat trajtohen gjerësisht në këtë lëndë.

Temat e leksioneve:

1. Hyrje.Marrëdhëniet me publikun dhe reklama.
2. Plani i marrëdhënieve publike.
3. Përqendrimi te mesazhi.
4. Mesazhet, burimi, mesazhet e reklamave.
5. Krijimi i imazhit.Perceptimi dhe reputacioni.
6. Puna me imazhet. Imazhi informues, shpjegues, udhëzues, shprehës..
7. Marrëdhëniet me punonjësit : kur fuqia rrjedh nga brenda.
8. Puna krijuese dhe truket e punës.
9. Tipografia, llojet dhe zgjedhja e shkrimit. Dizajni, ngjyra,etj.
10. Publiciteti : Imagjinata dhe energjia.
11. Teksti, shkrimi i reklamave, spoteve televizive
12. Marrëdhëniet publike dhe media.
13. Marrëdhëniet publike dhe përgjegjësia sociale.
14. Matja e efektshmërisë së marrëdhënieve publike.
15. Marrëdhëniet publike në epokën dixhitale.

Forma e kontrollit dhe vlerësimit

| | |
|---|-------------|
| - Detyrim frekuentimi në:75% të lëndës | |
| - Angazhimi në orët mësimore: | 10% e notës |
| - Detyra kursi: dy: | 40% e notës |
| - Kontrolli përfundimtar: detyre-produksion | 50% e notës |
| - Gjithsej: | 100% |

Literatura e detyrueshme për studentin:

1. B. Bergstrom, *Bazat e komunikimit pamor*, UET Press, Tiranë, 2012.
2. J. Marconi, *Marrëdhëniet publike*, UET Press, Tiranë, 2010.
3. A. Duka, *Komunikimi marketing*, GrandPrind, 2012

Literatura plotësuese:

1. Dominick, Joseph R, *Dinamika e komunikimit masiv. Media në periudhën digjitale*, UETPRESS, Tiranë, 2010,
2. A. Fuga, *Komunikimi në shoqërinë massive*, Papirus, Tiranë, 2014.