

Emri i Lëndës : Komunikimi dhe Menaxhimi i Markës dhe Identitetit Institucional

Kodi	Tipi i lëndës	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
COM 422	B	2	3	0	0	3.00	6
Lektori dhe orari i konsultimeve			Edlira Mali, Msc				
Asistenti dhe orari i konsultimeve							
Gjuha e kursit			Albanian				
Niveli i lëndës			Master				
Përshkrimi			Ky kurs fokusohet në informacionet kryesore të nevojshme për menaxhimin e markës dhe komunikimin nëpërmjet saj. Në këtë klasë do të bëhet e qartë se çfarë do të thotë të menaxhosh një markë. Studentët do të mësojnë të planifikojnë dhe zbatojnë një strategji, taktikë dhe marketing.				
Objektivat			Të informojë studentët dhe ti qartësojë në konceptet dhe mënyrat për të menaxhuar një markë. Qëllimi kryesor i kësaj lënde është të informojë studentët me një mënyrë kritike të kuptuarit të koncepteve të markës.				
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Çështë marka?						
2	Proçeset e një marke						
3	Marrëdhëniet e markës me konsumatorin						
4	Vlerat, premtimet e një marke						
5	Personaliteti i një marke						
6	Ligjet që garantojnë suksesin e një marke						
7	Punim i projektit						
8	Provim Gjysmëfinal						
9	Lançimi dhe rilançimi i markave vs i produkteve						
10	Identiteti dhe pozicionimi institucional i markës						
11	Kuptimi dhe mënyrat e B2B (lidhja biznes me biznes)						
12	Menaxhimi i markave të shitjes me pakicë						
13	Planifikimi, vlerësimi dhe konkurrenca e markave						
14	Barazia dhe diversiteti i markave						
15	Përmbledhja e projektit dhe prezantimet						
16	Provim Final						
Parakushtet							
Literatura			<ul style="list-style-type: none">• "The New Strategic Brand Management", Jean-Noël Kapferer, Les Editions d'Organization, 2012• Leksione të përgatitura nga lektori				
Referenca të tjera			<ul style="list-style-type: none">• The 22 Immutable Laws of Branding, by Al Ries and Laura Ries, 2012				
Punë laborator							
Përdorimi i komp.							
Të tjera							
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat							

1	Studentët do të mësojnë se ç'është dhe ç'përfaqëson marka.
2	Studentët do të kuptojnë se si klientët janë të lidhur me markën.
3	Studentët do të jenë të aftë të krijojnë, menaxhojnë, vlerësojnë dhe kritikojnë një markë.

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës

Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja
Gjysmë finale	1	20
Kuize	2	20
Projekte	0	0
Projekte semestrare	1	30
Punë laborator	0	0
Pjesëmarrja në mësim	0	0
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final		70
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final		30
Total		100

Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)

Aktivitetet	Sasia	Kohëzgjatja (orë)	Ngarkesa Totale (orë)
Kohëzgjatja e kursit (Duke përfshirë edhe javën e provimeve : 16x Orët totale të kursit)	16	3	48
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	6	84
Detyra	1	0	0
Gjysmë finale	1	8	8
Provimi final	1	10	10
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			150
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			6
ECTS			6