

Emri i Lëndës : Marketing Mediatik

Kodi	Tipi i lëndës	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
COM 521	B	3	4	0	0	4.00	6
Lektori dhe orari i konsultimeve			Edlira Mali, Msc				
Asistenti dhe orari i konsultimeve							
Gjuha e kursit			Albanian				
Niveli i lëndës			Master				
Përshkrimi			Në këtë lëndë studentët do të njihen me mënyrën e funksionimit të marketingut mediatik. Kuptohet që marketing është një element shumë i rëndësishëm në media. Ajo që do arrihet në fund të këtij kursi do të jetë aftësimi i studentëve në marketing mediatik				
Objektivat			Studentët do të ekzaminojnë teoritë e ndryshme të medias dhe ndikimet e tyre në strategjitë e ndryshimeve sociale. Gjithashtu studentët do të studiojnë dhe përdorin metodat e marketingut.				

Programi i Lëndës

Java	Tema
1	Çfarë është Media? Bota dhe Zhvillimi i Medias. Sfidat e Medias. Media e Re.
2	Audienca dhe influencuesit.
3	Diskutime rreth Detyrës së Kursit mbi Marketingun Mediatik të një Fushate -Subjekti do të pëcaktohet nga studentët.
4	Strategjia dhe Planifikimi në Marketing Mediatik.
5	Media dhe Marketingu i Mesazheve.
6	Funksionimi i Agjensive Mediatike.
7	Kuptimi i segmentimeve të tregut mediatik.
8	Provim Gjysmëfinal
9	Ndryshimet në Botën e Medias. Interaktiviteti
10	Media Dixhitale. E-commerce.
11	Marketing nëpërmjet Mediave Sociale
12	Marketing nëpërmjet celularit
13	Multi-Media
14	Matja e efektivitetit të Marketingut Mediatik
15	Dorëzimi dhe prezantimi i Projektit Semestral.
16	Provim Final
Parakushtet	
Literatura	<ul style="list-style-type: none"> • Strategic Media Decisions, by Marian Azzarro • Emarketing (5th edition), by Rob Stokes, 2011 Quirk Education (http://www.quirk.biz/emarketingtextbook/download) • Leksione të parapërgatitura nga Lektori
Referenca të tjera	<ul style="list-style-type: none"> • The Advertising Business, by John Philip Jones • http://www.emarketer.com
Punë laborator	
Përdorimi i komp.	

Të tjera			
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat			
1	Studentët do të pajisen me njohuri mbi llojet e ndryshme të mediave dhe mënyrës së dhënies së mesazheve marketing.		
2	Studentët do të jenë të aftë të përcaktojnë objektivat e marketingut mediatic, të analizojnë tipet e ndryshme të medias dhe të vlerësojnë përdorimin efektiv të tyre.		
3	Studentët do të jenë në gjendje të planifikojnë një fushatë mediatike për të arritur objektiva të matshme dhe të përdorin mjetet e ndryshme për të analizuar pritshmërinë dhe rezultatet e përdorimit të marketingut mediatic.		
Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	30	
Kuize	2	10	
Projekte	0	0	
Projekte semestrale	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	4	64
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	3	42
Detyra	1	0	0
Gjysmë finale	1	14	14
Provimi final	1	30	30
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			150
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			6
ECTS			6