

Emri i Lëndës : Marrëdhëniet me Publikun: Teoria dhe Praktika							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
COM 414	B	Pranverë	2.00	2.00	0.00	3.00	6.00
Lektori		Erlis Çela, Prof. Asoc. Dr.					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Master					
Përshkrimi		"Marrëdhëniet Publike; Teoria dhe Praktika" është një lëndë që eksploron parimet, strategjitë dhe teknikat e përdorura në fushën e marrëdhënieve publike. Ky kurs ofron studentëve një bazë të qëndrueshme në konceptet teorike të marrëdhënieve publike dhe aftësive praktike të nevojshme për komunikim efektiv dhe menaxhim reputacioni. Përmes një kombinimi leksionesh, studimesh të rasteve dhe ushtrimeve interaktive, studentët do të fitojnë një kuptim të thelluar të marrëdhënieve publike në formimin e mendimit publik, ndërtimin e marrëdhënieve me palët e interesuara dhe përmirësimin e reputacionit organizativ. Lënda thekson dimensionet etike dhe strategjike të marrëdhënieve publike, duke i pajisur studentët me njohuritë dhe aftësitë për të eksploruar peisazhin e komunikimit që evoluon vazhdimisht në botën moderne.					
Objektivat		Kuptimi i koncepteve dhe teorivethemelore të marrëdhënieve me publikun dhe ti aplikojnë në praktikë. Eksplorimi i rolit e marrëdhënieve me publikun në komunikimin organizativ dhe ndikimin e tyre në menaxhimin e reputacionit. Zhvillimi i aftësive të mendimit kritik dhe zgjidhjes së problemeve për të adresuar sfidat dhe mundësitë në marrëdhënie me publikun. Fitoimi i njohurive të thella në krijimin e mesazheve bindëse dhe materialeve të komunikimit për audiencat e ndryshme. Analizimi dhe vlerësimi fushatave dhe praktikave të suksesshme të marrëdhënieve me publikun nga industria të ndryshme.					
Konceptet Kryesore		Marrëdhënie me publikun Opinioni publik Menaxhimi i imazhit dhe reputacionit					
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Njohja me konceptet teorike dhe praktike të marrëdhënieve me publikun. Pse është i rëndësishëm studimi i teorive të marrëdhënieve me publikun? Shqyrtimi i rolit dhe funksioneve të marrëdhënieve publike brenda organizatave, duke theksuar se si ato kontribuojnë në menaxhimin e reputacionit, angazhimin e palëve të interesuara dhe komunikimin efektiv. Rëndësia e praktikave etike dhe përmbajtja ndaj standardeve profesionale në marrëdhënie publike, duke evidencuar përgjegjësitë dhe konsideratat etike që profesionistët në këtë fushë duhet të respektojnë. Prezantimi i literaturës dhe burimeve bazë të lëndës, prezantimi i syllabus dhe mënyrës së vlerësimit.						
2	Teoritë dhe Modelet e Komunikimit. Në këtë temë, studentët njihen me këndvështrime për qasjet teorike që janë të aplikueshme në marrëdhënie publike. Ata eksplorojnë parimet e bindjes dhe ndikimit në komunikim, duke kuptuar se si mesazhet mund të formojnë mendimet dhe qëndrimet e publikut. Analiza e audiencës dhe teknikat e segmentimit shqyrtohen për të ndërmarrë përpjekje më të mira për komunikim. Duke studiuar teoritë dhe modellet e komunikimit, studentët fitojnë kuptime në strategjitë efektive për transmetimin e mesazheve dhe përfshirjen e audiencave të ndryshme.						

3	Kontributet e teorive të medias në fushën e marrëdhënieve me publikun. Efektet mediatike janë një grup teorish që sugjerojnë se lajmet dhe përmbajtjet argëtuese krijojnë efekte të caktuara qëndrimi te audienca. Ka shumë teori të efekteve mediatike, por përcaktimi i agjendës dhe inkudrimi (kornizimi) janë dy më të lidhura me marrëdhëniet me publikun. Teoria e Përcaktimit të Axhendës, Teoria e kornizimit. Kornizimi mediatik ka potencialin për të formësuar diskursin dhe debatet publike. Teoria e kornizimit përbën bazën për dy nga teoritë më të cituara të PR-it: - Teoria e restaurimit të imazhit të Benoit- Image restoration theory. Teoria e komunikimit të krizës situative- Situational crisis communications theory.
4	Teoria Dialoguese në marrëdhëniet me publikun. Dialogu, më shumë se çdo teori tjetër, është teoria më e afërt me një komunikim ndërpersonal ideal. Shkëmbimet dialoguese zbatohen si biseda private që nuk ndërmerren për të bindur dikë që të bëjë diçka për dikë tjetër ose për organizatën. Për të kuptuar më plotësisht dialogun, ky leksion përqendrohet në tre fusha: rishikim i veçorive kryesore të teorisë së dialogut, përmbledhje e qasjeve të ndryshme për studimin e marrëdhënieve dialoguese me publikun, rishikim i qasjeve praktike për të kuptuar dialogun.
5	Teoritë e aplikuara në Marrëdhënie me Publikun. Teoria e Komunikimit për çështjet shëndetësor si pjesë e strategjitve të marrëdhënieve me publikun. Metodat më të zakonshme të kërkimit të përdorura për të testuar teoritë mbizotëruese të komunikimit shëndetësor mbështeten në efektet afatshkurtra, siç është qëllimi i perceptuar i sjelljes. Teoritë e përfshira në analizë janë, Teoria e nxënies sociale/teoria e njohjes sociale (SLT/SCT), Modeli i besimit shëndetësor (HBM), Teoria e sjelljes së planifikuar/veprimi të arsyetuar (TPB/TRA).
6	Kontributet Retorikës në fushën e marrëdhënieve me publikun. Çelësi i retorikës së suksesshme është analiza dhe interpretimi i audiencës. Hulumtimi i audiencës është një nga shtyllat e marrëdhënieve efektive me publikun dhe komunikimit strategjik.
7	Planifikimi Strategjik në Marrëdhëniet Publike. Kjo temë fokusohet në aspektin strategjik të marrëdhënieve publike. Studentët mësojnë rëndësinë e vendosjes së qëllimeve të qarta që përputhen me misionet organizative. Ata kryejnë analizën e situatës dhe hulumtimin për të kuptuar faktorët internë dhe eksternë që mund të ndikojnë në përpjekjet e marrëdhënieve publike. Tema trajton gjithashtu zhvillimin e strategjive dhe taktikave efektive të komunikimit, duke pajisur studentët me aftësitë për të krijuar fushata dhe mesazhe bindëse që arrijnë rezultatet e dëshiruara.
8	Provimi Gjysmëfinal
9	Komunikimi gjatë Krizave dhe Menaxhimi i Çështjeve. Kjo temë hulumton fushën kritike të komunikimit gjatë krizave dhe menaxhimit të çështjeve. Studentët mësojnë si të identifikojnë dhe menaxhojnë krizat potenciale, duke zhvilluar plane komunikimi gjatë krizave dhe strategjitë e përgjigjes. Ata kuptojnë rëndësinë e komunikimit të kohëzgjatshëm dhe të transparencës gjatë krizave, si dhe teknikat për riparimin dhe rikthimin e reputacionit. Duke studiuar këtë temë, studentët fitojnë aftësi për të shfrytëzuar situatat sfiduese dhe të mbrojnë reputacionin e organizatave në mënyrë efektive.
10	Mediat Dijitale dhe Media Sociale në Marrëdhëniet Publike. Kjo temë fokusohet në rolin e mediave digjitale dhe medias sociale në marrëdhëniet publike. Studentët eksplorojnë platformat e ndryshme të mediave sociale dhe kuptojnë ndikimin e tyre në komunikim dhe menaxhimin e reputacionit. Ata mësojnë se si të zhvillojnë fushata të angazhuese në media sociale dhe të krijojnë përmbajtje relevante. Gjithashtu, studentët fitojnë kuptime në monitorimin dhe menaxhimin e reputacionit në internet, duke u mundësuar të reagojnë efektivisht në biseda në internet dhe të mbajnë një prezencë pozitive në botën dixhitale.
11	Angazhimi i Palëve të Interesuara dhe Menaxhimi i Marrëdhënieve. Kjo temë vë në dukje rëndësinë e identifikimit dhe renditjes së palëve të interesuara në marrëdhëniet publike. Studentët mësojnë si të ndërtojnë dhe të mbajnë marrëdhënie me palët e interesuara, duke përdorur strategjitë dhe teknikat efektive të komunikimit. Ata eksplorojnë qasjet për të angazhuar palët e interesuara dhe për të kultivuar marrëdhëniet pozitive në bazë të kuptimit dhe besimit reciprok. Duke studiuar këtë temë, studentët zhvillojnë aftësi për të udhëhequr peizazhe komplekse të palëve të interesuara dhe për të siguruar suksesin organizativ.
12	Vlerësimi dhe matja e efektshmërisë së planeve dhe strategjive në Marrëdhëniet Publike. Kjo temë fokusohet në vlerësimin e efektshmërisë së fushatave të marrëdhënieve publike. Studentët mësojnë teknikat për matjen e ndikimit dhe kthimin e investimit, duke u lejuar të vlerësojnë suksesin e përpjekjeve të tyre. Ata eksplorojnë përdorimin e të dhënave dhe analizave për të informuar marrëveshjen në marrëdhëniet publike. Duke kuptuar praktikën e vlerësimit dhe matjes, studentët fitojnë njohuri për të përmirësuar dhe adaptuar vazhdimisht strategjitë e tyre për rezultate të optimizuara.

13	Shkenca e Bindjes. Bindja përfshin një ose më shumë persona të cilët janë të përfshirë në veprimtarinë e krijimit, përforcimit, modifikimit ose shuarjes së besimeve, qëndrimeve, synimeve, motiveve dhe/ose sjelljeve brenda kufizimeve të një konteksti të caktuar komunikimi. Përkufizimi thekson bindjen si një aktivitet ose një proces; është diçka që njerëzit bëjnë. Përkufizimi përfshin nocionin se në takimet ballë për ballë, bindja është një rrugë e dyanshme. Modeli i përpunimit të gjasave të bindjes.	
14	Shkenca e Bindjes. Bindja përfshin një ose më shumë persona të cilët janë të përfshirë në veprimtarinë e krijimit, përforcimit, modifikimit ose shuarjes së besimeve, qëndrimeve, synimeve, motiveve dhe/ose sjelljeve brenda kufizimeve të një konteksti të caktuar komunikimi. Përkufizimi thekson bindjen si një aktivitet ose një proces; është diçka që njerëzit bëjnë. Përkufizimi përfshin nocionin se në takimet ballë për ballë, bindja është një rrugë e dyanshme. Modeli i përpunimit të gjasave të bindjes.	
15	Prezantimi i projekteve semestrale.	
16	Final Exam	
Parakushtet		Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.
Literatura		• Public Relations Theory III In the Age of Publics, Edited by Carl H. Botan and Erich J. Sommerfeldt, 2023 by Routledge
Referenca të tjera		•
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat		
1	Në përfundim të kësaj lënde student do të jenë në gjendje të; Kuptojnë konceptet dhe teoritë themelore të marrëdhënieve me publikun dhe ti aplikojnë në praktikë.	
2	Analizojnë rolin e marrëdhënieve publike në formimin e strategjive të komunikimit organizativ dhe ndikimin e tyre në menaxhimin e reputacionit	
3	Zhvilloheni në aftësi të mendimit kritik për të vlerësuar dhe adresuar sfidat dhe mundësitë komplekse të marrëdhënieve publike.	
4	Aftësohen në krijimin e mesazheve bindëse dhe materialeve komunikuese të përshtatura për audiencën e ndryshme.	
5	Zhvillohojnë në aftësitë e mendimit strategjik për të përputhur përpjekjet e marrëdhënieve publike me qëllimet dhe objektivat organizative.	

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	40	
Kuize	0	0	
Projekte	0	0	
Projekte semestrale	0	0	
Punë laborator	0	0	
Pjesëmarrja në mësim	1	20	
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			60
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			40
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	4	56
Detyra	0	0	0
Gjysmë finale	1	0	0
Provimi final	1	20	20
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			140
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			5.60
ECTS			6.00