

Emri i Lëndës : Marketingu Politik Mjetet, Teknikat dhe Strategjitë

Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
COM 421	B	Vjeshtë	3.00	0.00	0.00	3.00	6.00

Lektori	Mirdaim Axhami, PhD
Asistenti	
Gjuha e kursit	Shqip
Niveli i lëndës	Master
Përshkrimi	Kjo lëndë trajton marketingun politik si një metodë e propagandës politike, të zhvillimit të tij, llojet dhe funksionet, postulatet e saj metodike dhe teknikat, mjetet dhe mënyrat e promovimit të partive dhe kandidatëve, rregullat e krijimit të strategjisë së fushatës dhe realizimit të saj, përcaktuesit e sjelljes zgjedhore, mënyrat për sigurimin e fondeve për fushatën dhe organizimin e fushatës, si dhe vlerësimin e efekteve të fushatës. Studentët do të ndahen në tre grupe me qëllim realizimin e detyrës së kursit. Dy grupe studentësh do të përcaktojnë dhe menaxhojnë një debat publik rreth një teme të zgjedhur nga vetë studentët. Nje grup tjetër studentësh do të marri pjesë si anëtarë grupi pune në menaxhimin e Marketingun e një fushate publike.
Objektivat	Marrja nga studentët e njohurive praktike dhe teorike themelore që mundëson përfshirjen në një sërë aktiviteteve për krijimin e strategjive të fushatave të marketingut politik, planifikimin dhe realizimin e tyre, si dhe në aktivitetet e fushës së marrëdhënieve publike në politikë duke përdorur dhe zhvilluar inteligjencën dhe strategjitë e marketingut (përdorimin e literaturës profesionale dhe rezultatet e studimeve empirike, mbledhja, përpunimi dhe shfrytëzimi i të dhënave relevante, përcaktimin dhe përpunimin e problemeve konkrete, gjetjen e zgjidhjeve dhe argumentimin e tyre, kapaciteti për prezantimin e rezultateve të tyre të punës, etj)
Konceptet Kryesore	

Programi i Lëndës

Java	Tema
1	Çfarë është Politika? Politika si një proces. Kuptimi i Marketingut Politik. Zhvillimi, rëndësia dhe ndikimi i Marketingut Politik.
2	Ndryshimet dhe ngjashmëritë ndërmjet politikës dhe biznesit. Ndryshimet dhe ngjashmëritë ndërmjet marketingut politik dhe marketingut tradicional.
3	Kërkimi Marketing në Politikë. Planifikimi i Marketingut Politik. Mbledhja e informacionit, segmentimi i tregut dhe targetimi.
4	Krijimi i produktit politik, strategjia, pozicionimi, autentiteti.
5	Votuesi si Konsumator. Parashikimi i nevojave të votuesit. Paralelizmi i sjelljes së votuese dhe sjelljes konsumatore.
6	Komunikimi politik. Metodatat e komunikimit politik. Ndarja në grupe në lidhje me detyren e kursit dhe përzgjedhja e temave të detyrës.
7	Fushata e përhershme dhe elementët e saj.
8	Provim Gjysmëfinal
9	Çfarë janë sondazhet? Qëllimi i realizimit të sondazheve. Realizuesit e sondazheve. Elementët kryesorë në një proces kërkimi të opinionit publik.
10	Pozicionimi i kandidatit. Vlerësimi i konkurrencës. Marrëdhëniet publike politike. Përcaktimi dhe menaxhimi i imazhit.

11	Buxhetimi i Marketingut Politik. Financimi politik në fushata zgjedhore dhe jashtë tyre
12	Strategjia Marketing. Formula marketing për sukses politik
13	Media e Re dhe influencimi i ndryshimeve të saj në Marketingun Politik.
14	Ekperienca të ndryshme Shqiptare, Amerikane, Europiane në zbatimin e Marketingut Politik. Mundësitë e karrierës në Marketingun Politik
15	Realizimi i Debatit Publik – Detyrë Kursi. Prezantimi i detyrës së kursit.
16	Provim Final
Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.
Literatura	<ul style="list-style-type: none"> • Handbook of Political Marketing, by Bruce I. Newman Editor • Leksione të parashkruara nga lektori i lëndës
Referenca të tjera	<ul style="list-style-type: none"> • Political marketing Theory, nga Stephan C.M. Henneberg • Political Marketing, nga Heather Savigny, The Oxford Handbook of British Politics.
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat	
1	Studentët do të pajisen me njohuri bazë mbi Marketingun Politik, me mjete të reja të komunikimit si dhe metodat e përdorimit të tipeve të ndryshme të mediave tradicionale dhe të reja në situatë politike.
2	Studentët do të jenë të aftë të përcaktojnë elementët kryesorë të një fushate politike , imazhin dhe linjën e komunikimit të tij në Marketingun Politik.
3	Studentët do të jenë në gjendje të realizojnë studime marketing në politikë, të realizojnë segmentimin e audiencës dhe analizën e votuesit për ta përdorur në hartimin e një strategjie sa më efektive të Marketingut Politik.

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	20	
Kuize	0	0	
Projekte	2	10	
Projekte semestrare	1	20	
Punë laborator	0	0	
Pjesëmarrja në mësim	1	10	
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	3	48
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	5	70
Detyra	3	0	0
Gjysmë finale	1	14	14
Provimi final	1	18	18
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			150
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			6.00
ECTS			6.00