

Emri i Lëndës : Marrëdhënie Publike							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
COM 121	B	Vjeshtë	3.00	0.00	0.00	3.00	4.00
Lektori		Erlis Çela, Prof. Asoc. Dr.					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Bachelor					
Përshkrimi		Marrëdhëniet Publike janë pjesë e shkencës të komunikimit. Kjo lëndë do të pasqyrojë këtë pjesë të rëndësishme të komunikimit personal, zyrtar, politik apo tregtar në shoqërinë tonë. Marrdhëniet Publike (PR) është një nga sektorët më të rëndësishëm të botës ekonomike dhe asaj politike në informimin, ndikimin dhe krijimin e opinionit të gjerë publik.					
Objektivat		1-Dhënia e dijeve bazë për marrëdhëniet publike (PR) 2-Shtjellimi i nëndegëve të marrëdhënies publike 3-Shpjegimi i rëndësisë së PR në jetën tonë të përditshme 4-Komunikim i studentëve me ekspertë të kësaj fushe 5-Ndërgjegjësimi për krijimin e një sektori të PR në Shqipëri					
Konceptet Kryesore							
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Çfarë janë Marrëdhëniet me Publikun? Historiku dhe përkufizimet kryesore. Prezantimi i literaturës dhe burimeve bazë të lëndës, prezantimi i syllabus dhe mënyrës së vlerësimit						
2	Plani i Marrëdhënies Publike- Elementët kyç të planit, analiza e situatës, përcaktimi i objektivave, strategjia dhe taktikat zbatuese.						
3	Audienca në Marrëdhëniet Publike- Rëndësia e trajtimit të nevojave dhe kërkesave për secilën kategori të publikut, evoluimi i audienave.						
4	Marrëdhëniet Publike dhe Marketingu Mix- Marrëdhëniet Publike dhe funksionet e tjera të marketingut, rëndësia e koordinimit brenda kompanisë.						
5	Marrëdhëniet me Median – Aplikimi i Marrdhënies me Publikun në mjetet e komunikimit masiv, Kultivimi dhe ruajtja e marrëdhënies me median, roli i menaxherit të medias.						
6	Përgjegjësia Sociale dhe sponsorizimet Sociale – Modelet e përgjegjësisë sociale dhe parimet bazë , përfitimet e përgjegjësisë sociale.						
7	Krijimi dhe menaxhimi i imazhit- Imazhi perceptimi dhe reputacioni, fuqia e imazhit dhe e markës, imazhi i korporatës dhe studimi i tregut						
8	Provim Gjysmëfinal						
9	PR në komunikimin politik dhe institucional – Spin doctors, Marrëdhëniet Publike në fushatat elektorale.						
10	Etika në Marrëdhëniet me Publikun – Deri në ç’pikë është kufiri i marrdhënies me publikun? Konteksti kulturor i etikës.						
11	Marrëdhëniet Publike dhe menaxhimi i krizave- Hapat e nevojshme në menaxhimin e krizave.						
12	Marrëdhëniet Publike dhe mediat e reja-Komunikimi në Internet dhe Mediat Sociale – Rëndësia e trendit të komunikimit online.						
13	Zgjedhja e një agjencie Marrëdhënies me Publikun- Tregu i Marrëdhënies Publike, profilet e agjencive.						

14	Teknikat e Shprehjes dhe Shkrimit në PR – Përgatitja e prezantimeve dhe prezantimi i tyre në publik. Përgatitja e njoftimeve për media. Shkrimi i fjalimeve.
15	Matja e efektshmërisë së Marrëdhënieve Publike- Rëndësia e përcaktimit të objektivave.
16	Provim Final
Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.
Literatura	• Joep Cornelissen, • Alban Tartari, • Marrëdhëniet Publike, Marconi Joe , UET Press, 2010 • Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Bryan H. Reber, “Public Relations. Strategies and Tactics”, Pearson, 2015 • Evaluating public relations: a best practice guide to public relations and evaluation, Watson, Tom; Noble, Paul, Kogan Page Limited, 2005 • Ethics in Public Relations, Parsons, Patricia J Kogan Page Limited, 2008 • PR – A PERSUASIVE INDUSTRY? Spin, Public Relations, and the Shaping of the Modern Media, By Trevor Morris And Simon Goldsworthy
Referenca të tjera	• https://www.prsa.org/AboutPRSA/PublicRelationsDefined/#.VmAdfHarSUK • http://www.cipr.co.uk/content/careers-advice/what-pr • http://www.ipr.org.uk/ • http://www.forbes.com/sites/robertwynne/2013/04/10/what-does-a-public-relations-agency-do/ • http://www.instituteforpr.org/about/ • http://www.marketingminefield.co.uk/public-relations/
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat	
1	Kjo lëndë do t'i mundësojë studentëve njohuritë bazë mbi marrëdhëniet me publikun.
2	Studentët do të njihen me konceptet, teoritë dhe taktikat kryesore të Marrëdhënieve me Publikun

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	20	
Kuize	1	10	
Projekte	1	10	
Projekte semestrale	0	0	
Punë laborator	0	0	
Pjesëmarrja në mësim	1	10	
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			50
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			50
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	2	28
Detyra	1	0	0
Gjysmë finale	1	10	10
Provimi final	1	14	14
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			100
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			4.00
ECTS			4.00