

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. Marrëdhëniet 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, Përkufizimet dhe elementët e procesit të Marrëdhënies Publike? Prezantimi i literaturës dhe burimeve bazë të lëndës, prezantimi i syllabus dhe mënyrës së vlerësimit						
2	Historiku dhe etapat e zhvillimit të Marrëdhënies Publike. Modelet kryesore të procesit të Marrëdhënies Publike.						
3	Komunikimi dhe objektivat e tij në perspektivën e Marrëdhënies Publike. Çfarë është opinionin publik, çfarë janë qëndrimet dhe si influencohen ato? Të njohësh analizosh dhe të ndikosh opinionin publik.						
4	Menaxhimi i Marrëdhënies Publike. Plani i Marrëdhënies Publike- Elementët kyç të planit, analiza e situatës, përcaktimi i objektivave, strategjia dhe taktikat zbatuese.						
5	Etika në Marrëdhëniet me Publikun – Deri në ç’pikë është kufiri i marrëdhënies me publikun? Konteksti kulturor i etikës.						
6	Kërkimi dhe hulumtimi në Marrëdhënie Publike. Parimet e kërkimit dhe metodat e përdorura në MP.						
7	Marrëdhëniet me Median – Aplikimi i Marrëdhënies me Publikun në mjetet e komunikimit masiv, Kultivimi dhe ruajtja e marrëdhënies me median, roli i menaxherit të medias.						
8	Provim Gjysmëfinal						
9	Marrëdhëniet Publike dhe mediat e reja-Komunikimi në Internet dhe Mediat Sociale – Rëndësia e trendit të komunikimit online.						
10	Marrëdhëniet me Komunitetin. Përgjegjësia Sociale dhe sponsorizimet Sociale – Modelet e përgjegjësisë sociale dhe parimet bazë , përfitimet e përgjegjësisë sociale.						
11	Parimet dhe teknikat e shkrimit në Marrëdhënie Publike. Të shkruash për sytë dhe veshët. Përgatitja e njoftimit për shtyp, fjalimeve dhe materialeve të tjera të nevojshme në punën e MP.						

12	Marrëdhëniet Publike dhe Marketingu Miks- Marketingu i integruar tradicional dhe ndryshimet në shekullin 21-të. Marrëdhëniet Publike dhe funksionet e tjera të marketingut, rëndësia e koordinimit brenda kompanisë.
13	Marrëdhëniet Publike dhe menaxhimi i krizave- Hapat e nevojshme në menaxhimin e krizave.
14	PR në komunikimin politik dhe institucional – Spin doctors, Marrëdhëniet Publike në fushatat elektorale.
15	Vlerësimi dhe 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	
• The Practice of Public Relations, Thirteenth Edition, Fraser P. Seitel, Pearson Education Limited 2017 • Corporate Communication, A Guide to Theory & Practice, Joep Cornelissen, Sage Publications Ltd, 2017 • Marrëdhëniet me publikun, Alban Tartari, Toena, 2017 • Marrëdhëniet Publike, Marconi Joe , UET Press, 2010 • Public Relations Case Studies from Around the World, Judy Vanslyke Turk; Jean Valin, Peter Lang Publishing, 2017 • New Media and Public Relations, Third Edition, Sandra Duhe, Peter Lang Publishing, 2017 • Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Bryan H. Reber, “Public Relations. Strategies and Tactics”, Pearson, 2015 • PR – A PERSUASIVE INDUSTRY? Spin, Public Relations, and the Shaping of the Modern Media, By Trevor Morris And Simon Golds worthy • Evaluating public relations: a best practice guide to public relations and evaluation, Watson, Tom; Noble, Paul, Kogan Page Limited, 2005 • A Practical Guide to Ethics in Public Relations, Regina Luttrell; Jamie Ward, Rowman& Littlefield, 2018	
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	30	
Kuize	0	0	
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