

| Emri i Lëndës : Reklama dhe Promocioni |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                     |                     |                |         |      |
|----------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|----------------|---------|------|
| Kodi                                   | Tipi | Semestri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Leksione (orë/javë) | Seminare (orë/javë) | Lab (orë/javë) | Kredite | ECTS |
| IMC 122                                | B    | Pranverë                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2.00                | 2.00                | 0.00           | 3.00    | 5.00 |
|                                        |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                     |                     |                |         |      |
| <b>Lektori</b>                         |      | Norga Sulo, MSc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                     |                     |                |         |      |
| <b>Asistenti</b>                       |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                     |                     |                |         |      |
| <b>Gjuha e kursit</b>                  |      | Shqip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |                     |                |         |      |
| <b>Niveli i lëndës</b>                 |      | Bachelor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                     |                     |                |         |      |
| <b>Përshkrimi</b>                      |      | Ky kurs i ofron studentëve një mundësi për të kuptuar promocionin dhe reklamimin, si dhe mënyrat e tjera të komunikimit masiv. Në këtë kurs do të njihen me konceptet baze të komunikimit të integruar. Kursi u jep mundësi studentëve të njihen me konceptet bazë të reklamës dhe promocionit. Lënda është e konceptuar në atë mënyrë që studentët, krahas aspekteve teorike të përfitojnë edhe njohuri praktik mbi aplikimin e reklamës dhe promocionit në ditët e sotme.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                     |                     |                |         |      |
| <b>Objektivat</b>                      |      | Objektivat e lëndës "Reklama dhe Promocioni" janë të njohurit dhe kuptimi i metodave dhe teknikave të përdorura në fushën e reklamës dhe promocionit të produkteve dhe shërbimeve. Kjo lëndë ofron një përmbledhje të gjerë të strategjive të reklamës dhe promocionit, duke përfshirë: Kuptimi i reklamës: Nxënësit mësojnë për definicionin, rëndësinë dhe elementët e një reklame të suksesshme. Ata duhet të kuptojnë audiencën e synuar, qëllimin e reklamës dhe mënyrat e përcjelljes së mesazhit të reklamës. Kanale të reklamës: Nxënësit mësojnë për ndryshimet midis kanaleve të reklamës tradicionale dhe atyre digjitale. Ata duhet të jenë të familjarizuar me mediat sociale, televisions, radio, gazetatat, revistat dhe reklamat në internet. Segmentimi i tregut: Nxënësit mësojnë se si identifikohen dhe klasifikohen segmentet e tregut. Ata duhet të kuptojnë rëndësinë e segmentimit të tregut dhe të përdorin të dhënat demografike, psikografike dhe të tjera për të identifikuar audiencën e duhur. Krijimi i mesazhit të reklamës: Nxënësit mësojnë për strategjitë e krijimit të mesazhit të reklamës. Ata duhet të kuptojnë emocionet, logjikën dhe ndikimin e mesazhit të reklamës në audiencë dhe të jenë në gjendje të krijojnë mesazhe të përshtatshme për audiencën e tyre të synuar. Menaxhimi i promocionit të shitjeve: Nxënësit mësojnë për strategjitë dhe teknikat e promocionit të shitjeve. Ata duhet të jenë në gjendje të kuptojnë rëndësinë e ofertave të veçanta, zbritjeve, konkurseve dhe aktiviteteve të tjera për të rritur shitjet dhe për të ndikuar në preferencat e konsumatorëve. Mjedisi ligjor dhe etikë në reklamë: Nxënësit mësojnë për rregulloret ligjore dhe etikën në fushën e reklamës dhe promocionit. Ata duhet të jenë të vetëdijshëm për rregullat dhe kufizimet që lidhen me reklamimin e produkteve dhe shërbimeve dhe të kuptojnë përgjegjësitë e tyre ndaj konsumatorëve dhe shoqërisë në përgjithësi. |                     |                     |                |         |      |

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Konceptet Kryesore</b> | <p>Reklama: Reklama është komunikimi i qëllimshëm i një mesazhi promovues për të nxitur ndërgjegjësimin, interesin dhe preferencat e konsumatorëve për një produkt ose shërbim. Ajo përfshin ndërtimin e mesazhit të reklamës, zgjedhjen e kanaleve të reklamës dhe përdorimin e strategjive të efektshme për të arritur audiencën e synuar. Segmentimi i tregut: Segmentimi i tregut është procesi i ndarjes së tregut në grupet e konsumatorëve të ngjashëm në bazë të karakteristikave të tyre demografike, gjeografike, psikografike ose sjelljes së tyre të blerjes. Kjo ndihmon në identifikimin e audiencës së synuar dhe të përshtatjes së mesazhit dhe kanaleve të reklamës në mënyrë efektive. Audiencë e synuar: Audiencë e synuar është grupi i konsumatorëve që synohen nga një reklamë specifike. Kuptimi i audiencës së synuar është i rëndësishëm për të krijuar mesazhe të personalizuar dhe të përshtatshme që të ndikojnë në preferencat e tyre dhe të nxitin veprimin e dëshiruar. Kanale të reklamës: Kanale të reklamës përfshijnë të gjitha platformat dhe mjetet e përdorura për të transmetuar mesazhin e reklamës tek audiencat. Këto kanale mund të jenë tradicionale si televizioni, radioja, gazetat dhe revistat, ose kanale digjitale si faqet e internetit, mediat sociale, e-mail marketingu dhe reklama në aplikacione. Mesazhi i reklamës: Mesazhi i reklamës është bërthama e komunikimit që synon të informojë, bindë, emocionojë ose nxitë veprimin e konsumatorëve. Krijimi i një mesazhi të reklamës efektiv përfshin identifikimin e përmbajtjes së rëndësishme, përdorimin e fjalëve dhe figurave të thirrshme, si dhe ndikimin emocional dhe racional në audiencë.</p> |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Programi i Lëndës

| Java      | Tema                                                                                                                                                                                    |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b>  | Konceptet bazë të reklamës dhe promocionit, historiku dhe përkufizimet kryesore. Prezantimi i literaturës dhe burimeve bazë të lëndës, prezantimi i syllabus dhe mënyrës së vlerësimit. |
| <b>2</b>  | Hyrje në strategjinë e komunikimeve të integruara të marketingut                                                                                                                        |
| <b>3</b>  | Roli i komunikimit të integruar në procesin e marketingut                                                                                                                               |
| <b>4</b>  | Organizimi i reklamës dhe promocionit; roli i agjensive të reklamës dhe aktorëve të tjerë të komunikimit të marketingut                                                                 |
| <b>5</b>  | Sjellja e konsumatorëve; Procesi vendimmarrës te konsumatorët dhe hierarkia e nevojave                                                                                                  |
| <b>6</b>  | Përcaktimi i objektivave dhe buxheti i planit të promocionit                                                                                                                            |
| <b>7</b>  | Planifikimi dhe zhvillimi i strategjisë kreative në reklamë dhe promocion                                                                                                               |
| <b>8</b>  | Provimi gjysmefinal                                                                                                                                                                     |
| <b>9</b>  | Vënia në zbatim e strategjisë kreative dhe metodat e vlerësimit                                                                                                                         |
| <b>10</b> | Strategjia dhe planifikimi i medias                                                                                                                                                     |
| <b>11</b> | Marketingu i drejtpërdrejtë                                                                                                                                                             |
| <b>12</b> | Reklama dhe promocioni në internet dhe mediat interaktive                                                                                                                               |
| <b>13</b> | Matja e efektivitetit të programit promocional                                                                                                                                          |
| <b>14</b> | Reklama dhe promocioni në kontestin ndërkombëtar                                                                                                                                        |
| <b>15</b> | Prezantim i projekteve të studentëve.                                                                                                                                                   |
| <b>16</b> | Provimi final                                                                                                                                                                           |

|                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------|
| <b>Parakushtet</b>                                                                       | Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                          |                              |
| <b>Literatura</b>                                                                        | • George E. Belch; Michael A. Belch, “Advertising and Promotion” , Eleventh Edition                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |                              |
| <b>Referenca të tjera</b>                                                                | • Advertising and New Media, Christina Spurgeon, Routledge, 2008<br>• Integrated Marketing Communications, David Pickton; Amanda Broderick, Second edition, Pearson Education, 2005<br>• Advertising and Promotion, Chris Hackley, SAGE Publications, 2005<br>• The Advertising Business: Operations, creativity, media planning, John Philip Jones, Sage Publications, 1999 |                          |                              |
| <b>Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat</b>                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |                              |
| <b>1</b>                                                                                 | Në përfundim të kësaj lënde studentët do të jenë në gjendje të njohin teoritë dhe konceptet kryesore mbi reklamën dhe promocionin                                                                                                                                                                                                                                            |                          |                              |
| <b>2</b>                                                                                 | Studentët do të përvetësojnë njohuri mbi komunikimin e integruar dhe aplikimin e reklamës në përputhje me këtë koncept                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |                              |
| <b>3</b>                                                                                 | Studentët do të përfitojnë njohuri mbi sjelljen e konsumatorëve, procesin vendimmarrës te konsumatorët dhe hierarkinë e nevojave                                                                                                                                                                                                                                             |                          |                              |
| <b>4</b>                                                                                 | Studentët do të jenë në gjendje të hartojnë, vlerësojnë dhe zbatojnë planin e reklamës dhe promocionit                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |                              |
| <b>Mënyra e Vlerësimit të Lëndës</b>                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |                              |
| <b>Notat e Ndërmjetme</b>                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Sasia</b>             | <b>Përqindja</b>             |
| Gjysmë finale                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 1                        | 30                           |
| Kuize                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 0                        | 0                            |
| Projekte                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 1                        | 10                           |
| Projekte semestrale                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 0                        | 0                            |
| Punë laborator                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 0                        | 0                            |
| Pjesëmarrja në mësim                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 1                        | 10                           |
| <b>Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final</b>                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>50</b>                    |
| <b>Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final</b>                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>50</b>                    |
| <b>Total</b>                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>100</b>                   |
| <b>Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)</b>                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |                              |
| <b>Aktivitetet</b>                                                                       | <b>Sasia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Kohëzgjatja (orë)</b> | <b>Ngarkesa Totale (orë)</b> |
| 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 3                        | 3                            |
| Provimi final                                                                            | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4                        | 4                            |
| Të tjera                                                                                 | 0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 0                        | 0                            |
| <b>Ngarkesa totale e orëve</b>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>113</b>                   |
| <b>Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)</b>                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>4.52</b>                  |
| <b>ECTS</b>                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>5.00</b>                  |