

| Emri i Lëndës : Teknikat e Shkrimit në Komunikimin e Integruar |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|----------------|---------|------|
| Kodi                                                           | Tipi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Semestri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Leksione (orë/javë) | Seminare (orë/javë) | Lab (orë/javë) | Kredite | ECTS |
| IMC 201                                                        | B                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Vjeshtë                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 4.00                | 0.00                | 0.00           | 4.00    | 6.00 |
|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| Lektori                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Anxhela Hoxha, PhD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                     |                     |                |         |      |
| Asistenti                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| Gjuha e kursit                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Shqip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                     |                     |                |         |      |
| Niveli i lëndës                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Bachelor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |                     |                |         |      |
| Përshkrimi                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Kjo lëndë është praktike ndihmon studentët të kuptojnë se si të shkruajnë teskte profesionale dhe efektive duke ju përshtatur mënyrave të ndryshme të reklamimit, duke përfshirë mediat e shkruara, elektronike, dhe ato jo-tradicionale. Pjesëmarrësit fitojnë një kuptim të asaj që e bën një histori të mirë dhe teknikat kryesore për të shkruar tekst efektive dhe angazhuese, si dhe rëndësinë e redaktimit të suksesshëm. Gjithashtu lënda u mëson edhe teknika si të jenë krijues në fushën e reklamave. |                     |                     |                |         |      |
| Objektivat                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Nëpërmjet kësaj lënde synohet që studentët të mësojnë parimet themelore dhe të zhvillojnë aftësitë në teknikat e shkrimit në komunikimin e integruar (copywriting) për reklamat në media me një fokus të veçantë në mediat kryesore të shtypura, në natyrë, televizion, radio, postë e drejtpërdrejtë, online, etj. Gjithashtu synohet që studentët të zhvillojnë të kuptuarit e procesit të prodhimit të reklamave me një përfshirje bazike në menaxhimin e procesit për median e shkruar dhe elektronike.      |                     |                     |                |         |      |
| Konceptet Kryesore                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 1. Marketingu 2. Reklamat 3. Tesktet reklamuese 4. Idetë krijuese 5. Teknika të krijesit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |                     |                |         |      |
| Programi i Lëndës                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| Java                                                           | Tema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 1                                                              | Prezantimi i lëndës, librat për t'u lexuar, hyrje në lëndë: si është e strukturuar një agjenci marketingu, çfarë është një copywriter dhe detyra e tij në një agjenci, copywriter si freelancer; prezantime rastesh; Detyrë: gjeni 2-3 produkte që i blini më shpesh                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 2                                                              | Bindja: Pse duhen fjalët për të shitur; fuqia e fjalëve; koncepte etike, këshilla; hinka e shitjeve AIDA; çfarë e bën një fushatë të suksesshme; të kuptosh buxhetin; studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: nga produktet gjeni sa më shumë reklama rreth tij, bëni një prezantim të shkurtër ku të analizoni elementet e përdorur. Ruajeni prezantimin për në fund të lëndës, që të bëjmë krahasimin (ora 13). |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 3                                                              | Bazat e punës së një krijuesi: brief të fushatës, personas, USP, kërkimi i fushatave paraprake të klientit dhe të konkurrencës, fjalët që i flasin blerësit; studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: krijimi i një mesazhi për një fushatë në varësi të brief                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 4                                                              | Sloganet: ndryshimi mes mesazhit dhe sloganit, pse duhen, si flasin (slogani/nën-slogani/tiparet e produktit), 4 U-të; call to action; tone of voice, studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: Krijim slogani                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 5                                                              | Posterat: tekst dinamik në një medium të palëvizshëm, raporti mes tekstit dhe imazhit, llojet e posterave, metafora në postera, studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: Krijim posterit                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 6                                                              | Materiale të shitjes së drejtpërdrejtë: çfarë është BTL marketing, event, broshura, letra shitje, direct marketing; studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: Krijim broshure, ide BTL                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 7                                                              | Marrëdhëniet me publikun, si të shesësh me stil, si reklama të marrë vlerë lajmi; raste të tjera të përdorimit të reklamës jo si shitje e drejtpërdrejtë; marketingu politik; studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: Artikull PR                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |
| 8                                                              | Provim Gjysmëfinal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                     |                |         |      |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>9</b>  | Reklamat klasike: TVC dhe radio; skemat e shkrimit të skenarëve, të tregosh një ngjarje në 30 sekonda, në 15 sekonda, në 6 sekonda, bumper ads, storyboards, të përshtatësh pamjen në zë; studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: Krijim TVC dhe radio |
| <b>10</b> | Të shkruash për web, shkenca pas faqeve të internetit, si të shmangësh largimin nga faqja dhe ta mbash lexuesin deri në fund, emails studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: Krijim shkrim për web, me fjalë për SEO                                   |
| <b>11</b> | Media sociale: Facebook, Instagram, përmbajta vs. Copy, targetimi, fenomeni Cambridge Analytica; mjete, si ta kthesh nga ndjekës në blerës; viral, studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: Përshtatje e një fushate për media sociale                  |
| <b>12</b> | Guerrila marketing dhe krijim produkti për fushatë të caktuar: çfarë është; pse përdoret; cilat janë mjetet; ç'synime arrin; buzz; studime rasti; Pjesa e dytë detyrë dhe diskutim: ide për guerrila marketing                                                  |
| <b>13</b> | Përmbledhje: prezantime të detyrave të kursit, krijimi i portfolios.                                                                                                                                                                                            |
| <b>14</b> | Prezantime të detyrave të kursit, fushatë e plotë, krijimi i portfolios                                                                                                                                                                                         |
| <b>15</b> | Përsëritje: Çfarë kemi mësuar, çfarë kemi arritur, krahasim me prezantimin e leksionit 2                                                                                                                                                                        |
| <b>16</b> | Provim Final                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Parakushtet</b>                         | Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Literatura</b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Confessions of an Advertising Man-Southbank Publishing, David Ogilvy_ Alan Parker (2004)</li> <li>• Mixed Media_ Moral Distinctions in Journalism, Advertising, and Public Relations-Routledge, Tom Bivins (2003)</li> <li>• Ads to Icons_ How Advertising Succeeds in a Multimedia Age, Springer P. (2007)</li> <li>• Advertising and the Mind of the Consumer-Allen &amp; Unwin, Max Sutherland (2009)</li> <li>• Advertising Secrets of the Written Word_ The Ultimate Resource on how to Write Powerful Advertising Copy from One of America's Top Copywriters and Mail Order Entrepreneurs, Hafer D. (1998)</li> <li>• Inside the Minds Staff - The Art Of Advertising-Aspatore Books, Mike Toth, Christopher Santry (2003)</li> <li>• Advertising For Dummies-Wiley Pub., Inc, Gary Dahl (2007)</li> <li>• Psychology of Entertainment Media_ Blurring the Lines between Entertainment and Persuasion-Psychology Press, L.J. Shrum (2003)</li> <li>• The copywriter's handbook_ a step-by-step guide to writing copy that sells - Henry Holt, Robert W. Bly (2006)</li> <li>• How to Write Great Copy_ Learn the Unwritten Rules of Copywriting, Dominic Gettins (2006)</li> <li>• Copywriting _ successful writing for design, advertising, and marketing-Laurence King Publishing, Mark Shaw (2012)</li> <li>• Libri i biznesit - DK (Aeditions)</li> <li>• Libri i psikologjisë - DK (Aeditions)</li> <li>• Basics Advertising_ Copywriting_ The Creative Process of Writing Text for Advertisements or Publicity Material-Ava Publishing, Rob Bowdery, (2008)</li> <li>• 100 Great Copywriting Ideas_ From Leading Companies Around the World (100 Great Ideas), Andy Maslen (2010)</li> <li>• Persuasive Online Copywriting_ How to Take Your Words to the Bank -Wizard Academy Press, Bryan Eisenberg, Jeffrey Eisenberg, Lisa T. Davis (2006)</li> <li>• The Idea Writers_ Copywriting in a New Media and Marketing Era-Palgrave Macmillan US, Teressa Iezzi, (2010)</li> <li>• The Adweek Copywriting Handbook_ The Ultimate Guide to Writing Powerful Advertising and Marketing Copy from One of America's Top Copywriters, Joseph Sugarman, (2006)</li> </ul> |
| <b>Referenca të tjera</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• World's Best Case Studies</li> <li>• AdForum</li> <li>• Adweek</li> <li>• Ads of the World</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>1</b>                                   | Studentët do të kuptojnë stilet dhe tonet e ndryshme të përdorura për formate të ndryshme marketingu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>2</b>                                   | Studentët do të demonstrojnë aftësi bazike mbi teknikat e shkrimit në komunikimin e integruar për disa lloje të ndryshme media dhe do të krijojnë skenarë dhe materiale për shtyp, radio, televizion media sociale, etj.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>3</b>                                   | Studentët do të aftësohen në vlerësimin dhe kritikën fushatave reklamuese.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| Mënyra e Vlerësimit të Lëndës                                                            |       |                   |                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------|-----------------------|
| Notat e Ndërmjetme                                                                       | Sasia | Përqindja         |                       |
| Gjysmë finale                                                                            | 1     | 35                |                       |
| Kuize                                                                                    | 0     | 0                 |                       |
| Projekte                                                                                 | 0     | 0                 |                       |
| Projekte semestrale                                                                      | 0     | 0                 |                       |
| Punë laborator                                                                           | 0     | 0                 |                       |
| Pjesëmarrja në mësim                                                                     | 1     | 15                |                       |
| 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    | 4                 | 64                    |
| Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)                              | 14    | 5                 | 70                    |
| Detyra                                                                                   | 0     | 0                 | 0                     |
| Gjysmë finale                                                                            | 1     | 6                 | 6                     |
| Provimi final                                                                            | 1     | 10                | 10                    |
| Të tjera                                                                                 | 0     | 0                 | 0                     |
| Ngarkesa totale e orëve                                                                  |       |                   | 150                   |
| Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)                                                       |       |                   | 6.00                  |
| ECTS                                                                                     |       |                   | 6.00                  |