

Emri i Lëndës : Konceptim dhe Menaxhim Fushatash							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
MAC 421	B	Vjeshtë	3.00	1.00	0.00	3.50	6.00
Lektori		Ana Kekezi, PhD					
Asistenti		Edlira Mali, MSc					
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Master					
Përshkrimi		Lënda synon të jap njohuri të detajuara mbi organizimin dhe menazhimin e fushatave të ndryshme komunikuese, orientuese, ndërgjegjësuere përfshirë edhe fushatat zgjedhore. Puna dhe procesi mësimor në këtë lëndë do të zhvillohet në shkëmbim eksperiencash midis lektorit dhe studentëve dhe individëve të tjerë profesionistë të fushës që do të ftohen gjatë procesit të zhvillimit të lëndës. Një rëndësi e veçantë do t’u kushtohet punës konkrete që studentët do të zhvillojnë në grup. Pjesëmarrësit e kursit do të ndërtojnë një fushatë të mirëfilltë mbi një temë të përzgjedhur nga vetë ata dhe do ta menaxhojnë në të gjithë elementët përbërës duke u vlerësuar si në drejtim të realizimit të elementëve të fushatës ashtu edhe përsa i përket rezultatit të kësaj fushate.					
Objektivat		Objektivat e kësaj lënde synojnë: 1. Zhvillimin dhe kuptimin e një ndarje të duhur të punës në mes pjesëmarrësve të grupit. 2. Duke pasur parasysh të dhënat e target audiencës, të zhvillojnë mesazhe efektive të fushatës dhe të përcaktojnë një angazhim të llojeve të ndryshme medias për të promovuar dhe mbështetur fushatën me qëllim influencimin dhe bindjen e audiencës për të përkrahur dhe mbështetur fushatën. 3. Përdorimi i të dhënave të audiencës për të zhvilluar një buxhet të përshtatshëm (dhe me kosto të ulët) fushate, duke përfshirë edhe planet realiste për ngritjen e fondeve. 4. Hartimi i një plani për shfrytëzimin maksimal të vullnetarëve/ambasadorëve si përçues të mesazhit të fushatës tek audienca e synuar. 5. Krijimi i një analize krahasuese për drejtimin e fushatës në juridiksione të ndryshme lokale (në një sërë vendesh në varësi të pjesëmarrësve)					
Konceptet Kryesore		1. Fushata sensibilizuese 2. Fushata elektorale, 3. Brainstorming 4. Buxhetimi 5. Sigurimi i fondeve, donacioneve 6. Ambasadorët 7. Menaxhimi i Fushatës 8. Studimi i tregut 9. Mesazhet e fushatës 10. Komunikimi i integruar 11. Marrëdhëniet publike 12. Objektivat e fushatës 13. Planifikimi i fushatës 14. Plani i veprimeve 15. Analiza 16. Feedback ...etj.					
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Kuptimi i problematikës. Bazat dhe elementët kryesorë të një fushate. Llojet e ndryshme të fushatave.						
2	Brainstorming, diskutime, debatime për konceptimin e fushatës – projekt semestral. Planifikimi i elementeve të ndryshme të fushatës. Elementët e ndryshëm të fushatës, grupi i punës ndarja e detyrave.						
3	Targetimi i audiencës. Përcaktimi i mesazheve komunikuese në përputhje me segmentet e përcaktuara dhe objektivat e fushatës.						
4	Hapja zyrtare e fushatës – përzgjedhja dhe instruktimi i ambasadorëve.						
5	Plani i Fushatës. Rregullat kyçe të Fushatës Elementët e një plani efektiv						
6	Punë në terren me përgatitjen dhe zhvillimin e fushatës konkrete të konceptuar nga studentët.						
7	Zhvillimi i Mesazhit të Fushatës						
8	Provimi gjysmefinal						

9	Sondazhet e ndryshme dhe Raportet Strategjike.
10	Planifikim i avancuar: Përgatitja e buxhetit dhe mënyrat e mbledhjes së fondeve
11	Planifikim i avancuar: Kontakti me audiencën dhe ndikimi mediatik Propagandimi dhe bindja e audiencës.
12	Fushata online – Roli dhe mënyrat e përdorimit të internetit gjatë fushatës Deklaratat e përfaqësuesve, kontaktet e drejtpërdrejta, email, telefon, media sociale, etj.
13	Menaxhimi i fushatës; Menaxheri, stafi dhe vullnetarët. Menaxhimi i fushatave sipas juridiksioneve të ndryshme
14	Punë në terren me përgatitjen dhe zhvillimin e fushatës konkrete të konceptuar nga studentët.
15	Prezantim i projekteve të studentëve
16	Provimi final
Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.
Literatura	• • Political Campaign Planing Manual. A step by step guide to winning elections, National Democratic Institute fro International Affairs; • • Dennis W. Johnson, No Place for Amateurs;
Referenca të tjera	• • Robert Greene, 33 Stratagems of War • • Richard Semiatin, Campaigns on the Cutting Edge • • John Sides, Daron Shaw, Matthew Grossman, and Keena Lipsitz, Campaigns and Elections: Rules, Reality, Strategy, Choice (New York: W.W. Norton, 2011)
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat	
1	Studentët do të kuptojnë elementët e konceptimit të një fushate, duke përfshirë edhe fushatën zgjedhore.
2	Studentët krijojnë një ide më të qartë rreth përdorimit të mjeteve të ndryshme demokratike për menaxhimin e një fushate.
3	Studentët do të jenë në gjendje të hartojnë një buxhet për fushatën dhe të realizojnë ngritjen e fondeve të nevojshme për realizimin e fushatës.
4	Studentët do të jenë të aftë të konceptojnë dhe menaxhojnë një fushatë të mirëfilltë.

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	30	
Kuize	0	0	
Projekte	1	20	
Projekte semestrale	0	0	
Punë laborator	0	0	
Pjesëmarrja në mësim	1	20	
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			70
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			30
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	4	56
Detyra	1	10	10
Gjysmë finale	1	10	10
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