

Emri i Lëndës : Komunikim Vizual							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
IMC 305	A	Vjeshtë	3.00	0.00	0.00	3.00	5.00
Lektori		Rudi Dunga, Msc					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Bachelor					
Përshkrimi		Kjo lëndë ndihmon studentët të kuptojnë çështjet e perceptimit pamor dhe sesi komunikohet saktë përmes elementëve pamorë, duke u dhënë dije teorike dhe praktike për t'i ndihmuar të kuptojnë dhe të zbatojnë në mënyrë të përgjegjshme e profesionale ato që kanë përfutur në dijet praktike. Kjo lëndë ndihmon edhe studentët e marrëdhënieve publike dhe të komunikimit të marketingut të vlerësojnë dhe t'i përdorin dijet për të përcjellë sa më mirë informacionin në të gjitha fushat e komunikimit.					
Objektivat		Kjo lëndë ka për objektiv të t'u japë studentëve informacione të thelluara në fushën e komunikimit vizual. Në fund të kursit ata do të aftësohen për të interpretuar situata të ndryshme dhe të jenë të aftë të përgatisin përmbatje të ndryshme vizuale në kuadër të PR dhe komunikimit të marketingut.					
Konceptet Kryesore		Parime të perceptimit pamor Gjuha pamore Përdorimi i elementeve grafike sipas parimeve të mira teorike Përfitimi i koncepteve bazë të komunikimit pamor Panoramë dijesh mbi të gjitha format e komunikimit pamor Aftësia për të dalluar stilet, mediet, sfondin e tyre kulturor, etj.					
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Prezantimi i lëndës, librat për t'u lexuar, hyrje në lëndë						
2	Të kuptuarit pamor: shikimi në pikëpamjen fiziologjike e psikologjike; biologjia e shikimit, perceptimi i lëvizjes, thellësisë, etj.; teoritë ndjesore: geshaltizmi, konstruktivizmi, ekologjia; pikëpamjet analizuuese, studime rasti □ Huxley, A. (1943). The art of seeing. London, UK: Chatto & Windus. Pg. 11 □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: Writing For Textbooks. Pg. 1-6, 18-31, 52-61,123-127 □ Massironi, M., & Bruno, N. (2009). The psychology of graphic images: Seeing,drawing, communicating. New York, USA: Psychology Press. Pg. 1-20 □ The psychology book. (2012). London: Dorling Kindersley, Pg. 161, 194 □ Thompson, G. S. (2015). Workbook to accompany Understanding anatomy & physiology: A visual, auditory, interactive approach. Philadelphia, USA: F.A. Davis Company. Pg. 216, 219, 220						
3	Teoritë e perceptimit; semiotika dhe konjitivja, shenjat ikonografike, shenjat indeksuese, simbolet, marrëdhënieja mes treguesit e nënkuptimit, kuptimi mirëfilli dhe kuptimi në kotekst, pragmatika, semantika dhe sintaktika, kodi metonimik, kodi analogjik, kodi zëvendësues, kodet e kondesuara; konjitivja: kujtesa, projektimi, pritshmëria, përzgjedhja, krijimi i zakoneve, spikatja, mospajtimi, kultura dhe fjalët, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 61-73						

4	<p>Shkollat e komunikimit, ndryshimi i kuptimeve të simboleve në kohë e shoqëri të caktuara, kthimi i njerëzve në simbole, si përkufizohet kultura, çfarë është kultura pamore, ndryshimi mes dizajnit grafik e artit, ndryshimi mes dizajnit grafik e artit komercial, gjuha pamore, studime rasti □ Barker C., (2004) The SAGE Dictionary of Cultural Studies; Londër, Britani e Madhe: SAGE Publications Ltd, fq. 44 □ Barnard A., Spencer J. (red), (2010), The Routledge Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology, 2nd edition, Okson, Britani e Madhe: Routledge (Taylor & Francis e-Library version), fq. 168-169 □ Barnard, M. (1998). Art, design and visual culture: An introduction. New York, USA: St. Martin's. Pg. 18-19 □ Bowers, J. (2012). Introduction to graphic design methodologies and processes: Understanding theory and application. Hoboken, NJ: Wiley.. Pg. 24-25 □ Fiske, J. (1996). Introduction to communication studies (2nd ed.). London, United Kingdom: Routledge. Pg. 1-7, 46, 55 □ Hembree, R. (2008). The complete graphic designer: A guide to understanding graphics and visual communication: Design for communication, the design process, page layout and design, common design jobs, corporate identity, branding. Beverly, MA, USA: Rockport.. Pg. 11-15 □ Ingold T. (1994) Humanity and Animality botuar në Companion Encyclopedia of Anthropology me redaktor Ingold T.; Nju Jork, Shtetet e Bashkuara të Amerikës: Routledge (Taylor & Francis e-Library version), fq. 21 □ Smelser, N. J., Baltes, P. B. (2001) International encyclopedia of the social and behavioral sciences; Amsterdam, Holandë: Elsevier, fq. 3057 □ Smith C.M., Davies E.T., (2008), Anthropology For Dummies, Nju Jork, Shtetet e Bashkuara të Amerikës: Wiley Publishing, Inc., fq. 190 □ Tylor E.B., (1920), Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art dhe custom, Vol. 1, Londër, Britani e Madhe: Murray, fq. 1</p>
5	<p>Elementët kryesorë artistikë në komunikimin pamor: hapësira, vija, forma, përmasa/shkalla, ngjyra, materiali, vlera; Parimet e dizajnit të mirë: pika kryesore, kontrasti, balanca, lëvizja, ritmi/modeli, harmonia; zbatimi i teorive geshaltiste; proporcioni i artë dhe rregulli i të tretave, studime rasti □ Hagen, R., & Golombisky, K. (2017). White space is not your enemy: A beginner's guide to communicating visually through graphic, web & multimedia design. Boca Raton, FL, USA: CRC Press, Taylor & Francis Group., pg. 46-60</p>
6	<p>Ngjyra, gjashtë ngjyrat bazike, metodat e përshkrimit të ngjyrës: objektive, krahasuese dhe subjektive, ngjyrat kromatike dhe akromatike, saturimi dhe ndriçimi, errësimet, zbardhjet dhe tonalitetet, sistemet e ngjyrave: RGB, RYB dhe CMY(K), ngjyrat parësore, dytësore dhe të treta, ngjyrat e ngrohta e të ftohta, temperaturë e ngjyrës, kombinimi i ngjyrave: komplementar, monokromatik, analog, triadik, tetradik. fuqia komunikuese e ngjyrës, si komunikojmë përmes kombinimit të formave, vijave, ngjyrave dhe materialeve, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 35-40 □ Hembree, R. (2008). The complete graphic designer: A guide to understanding graphics and visual communication: Design for communication, the design process, page layout and design, common design jobs, corporate identity, branding. Beverly, MA, USA: Rockport.. Pg. 28-30 □ Barnard, M. (1998). Art, design and visual culture: An introduction. New York, USA: St. Martin's. Pg. 39-41</p>
7	<p>Bindja pamore në reklama, marrëdhëniet me publikun dhe gazetaria; iamzhe që lëndojnë: stereotipat pamorë, stereotipat mediaticë, studime rasti □ Barnard, M. (1998). Art, design and visual culture: An introduction. New York, USA: St. Martin's. Pg. 39-41</p>
8	<p>Provimi gjysmefinal</p>
9	<p>Tipografia, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 129-160 □ Hagen, R., & Golombisky, K. (2017). White space is not your enemy: A beginner's guide to communicating visually through graphic, web & multimedia design. Boca Raton, FL, USA: CRC Press, Taylor & Francis Group., pg. 88-114</p>
10	<p>Dizajni grafik, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 161-185</p>
11	<p>Grafikat informuese, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 187-210</p>
12	<p>Fotografia, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 246-272</p>
13	<p>Filmat, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 274-321</p>
14	<p>Televizioni dhe videoja, studime rasti □ Lester, P. M. (2018). Visual communication: Images with messages. Dallas, TX, USA: WritingForTextbooks. Pg. 322-348</p>
15	<p>Përsëritje: Çfarë kemi mësuar, çfarë kemi arritur, ku është dallimi me orën e parë të lëndës</p>

16	Provimi final		
Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.		
Literatura	<ul style="list-style-type: none"> • • Leksione të përgatitura nga pedagogu • • Sheree Josephson, James D. Kelly and Ken Smith (2020). Handbook Of Visual Communication Theory, Methods, And Media (2nd ed.). New York. • • Ekaterina Walter and Jessica Gioglio. (20164). The Power of Visual Storytelling - How to Use Visuals, Videos, and Social Media. 		
Referenca të tjera	<ul style="list-style-type: none"> • • Fiske, J. (1996). Introduction to communication studies (2nd ed.). London, United Kingdom: Routledge. • • Smith C.M., Davies E.T., (2008), Anthropology For Dummies, Nju Jork, Shtetet e Bashkuara të Amerikës: Wiley Publishing, Inc., 		
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat			
1	Studentët do të kuptojnë stilet dhe tonet e ndryshme të përdorura për formate të ndryshme pamore.		
2	Studentët do të demonstrojnë aftësi bazike mbi teknikat e analizimit të medimeve të komunikimit pamor për lloje të ndryshme mediash.		
3	Studentët do të aftësohen në vlerësimin dhe kritikën e materialeve të komunikimit pamor.		
Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
	Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja
	Gjysmë finale	1	30
	Kuize	0	0
	Projekte	0	0
	Projekte semestrale	0	0
	Punë laborator	0	0
	Pjesëmarrja në mësim	1	10
	Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final		40
	Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final		60
	Total		100
Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)			
	Aktivitetet	Sasia	Kohëzgjatja (orë)
	Kohëzgjatja e kursit (Duke përfshirë edhe javën e provimeve : 16x Orët totale të kursit)	16	3
	Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	5
	Detyra	0	0
	Gjysmë finale	1	1
	Provimi final	1	2
	Të tjera	0	0
	Ngarkesa totale e orëve		121
	Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)		4.84
	ECTS		5.00