Emri i Lëndës : Marketingu dhe Marrëdhëniet Publike Online							
Kodi	**Tipi**	**Semestri**	**Leksione (orë/javë)**	**Seminare (orë/javë)**	**Lab (orë/javë)**	**Kredite**	**ECTS**
IMC 211	C	Vjeshtë	2.00	1.00	0.00	2.50	5.00

Lektori	Ana Kekezi, PhD
Asistenti	
Gjuha e kursit	Shqip
Niveli i lëndës	Bachelor
Përshkrimi	Në këtë epokë që shoqëria globalisht po kalon, Marketingu Dixhital është në kulmin e tij. Krahasuar me metodën e vjetër të marketingut tradicional, kjo metodë e re e marketingut ndihmon për të komunikuar markën dhe realizuar shitjet në cdo cep të botës. Të bëhesh nje marketier dixhital është një udhëtim. Komunikimi digjital është rritur me shpejtësi ndër aktorë të ndryshëm të sferave publike , politike dhe private - së fundmi po aplikohet edhe në Shqipëri. Ekspertët e marketingut e vlerësojnë marketingun dhe PR online si mjet të fuqishëm për të komunikuar në mënyrë efektive me audiencë të madhe me një kosto më të ulët , krahasuar me format tradicionale të marketingut komercial. Nga ana tjetër teknologjia digjitale bëhet më e papërballueshme si në aspektin e kostos ashtu edhe atë të kontrollit të komunikimit duke sfiduar veçanërisht Mardheniet me Publikun. Kompanitë apo organizatat çdo ditë e më shumë lëvizin më tej në udhëtimin e transformimit dixhital, dhe ajo çka duket është se strategjia digjitale dhe strategjia e biznesit, së shpejti mund të jenë e njëjta gjë..
Objektivat	
Konceptet Kryesore	1. Marketingu Digjital dhe modelet e tij 2. Strategjia dhe Planifikimi 3. Kanalet Mediatike Digjitale 4. Eksperienca e konsumatorit digjital 5. Teknikat dhe mjetet ne marketingun digjital

Programi i Lëndës

Java	Tema
1	Hyrje në marketingun digjital: Prezantimi i lëndës, literatura, hyrje në lëndë: bazat e marketingut digjital , hyrje në strategjinë e marketingut digjital Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 2- 52 Rayan, D. (2014). Understanding Digital Marketing, 3rd Edition, Kogan Page, fq 1 -17 Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 1 – 28 Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 1 – 44
2	Strategjitë e marketingut digjital: Hyrje dhe bazat, Analiza e modeleve dhe kornizave; qëllimet SMART, SWOT, Prezantimi i tematikave të një Projekti dhe Projektit Semestral, Ndarja ne grupe për projektin semestral Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 103-143 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 174 – 243
3	Barrierrat në marketingun digjital: Teknologjia në epokën digjitale, Burimet njerëzore, Kostot dhe Buxhetet Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 46- 65 Ninen, O. (2021) Contemporary Issues in Digital Marketing 1st Edition, Routledge fq 22-29
4	Planifikimi: Planfikimi efektiv strategjik; modelet e planifikimit; qëllimet; objektivat; strategjitë; planet e veprimit; kontrolli; burimet njerëzore; Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 66-88 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 488-476 Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 555-615

5	Kanalet digjitale: SEO-optimizimi i motorrëve të kërkimit; PPC- kërkimi i paguar; rrjetet sociale; posta elektronike; ekrani/display; mobile; faqja online/ëebsite. Interaktiviteti i kanaleve. Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 89-163 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 31 - 37
6	Mediat Sociale: Përkufizimi; Evoluimi; gjendja aktuale; përzgjedhja e platformave; Përdorimi i tyre; Ndërlidhja e shkencës me praktikën. Quizi Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 139-143 dhe fq 223-283 Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 149-163 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 34 – 36 Phillips, D. Young, P (2009) - Online Public Relations_ A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media (PR in Practice)-Kogan Page fq 136-148
7	Eksperienca e përdoruesit online (UX): Konsumatori digjital; eksperiencat dhe prithshmëritë e tij; privatësia dhe besimi, faktorët që ndikojnë në to; vlerësimi i angazhimit të konsumatorit; elementët thelbesorë për eksperiencë efektive; mjetet që përdoren për të identifikuar. Prezantim i faqeve të hapura në IG për Projektin Semestral – Komente nga pedagogu & studentët Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 165 – 182 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 388-395 Ninen, O. (2021) Contemporary Issues in Digital Marketing 1st Edition, Routledge fq 83-92
8	Komunikimi marketing : komunikimi duke përdorur kanalet digjitale, Taktikat aksioni dhe kontrolli, Planifikimi RACE; Trafiku dhe krijimi i tij; aspektet kryesore dhe teknikat e Trafikut; Përdorimi i duhur i komunikimit miks Prezantim i faqeve të hapura në rrjetin social të përzgjedhur për projektin semestral – Komente nga pedagogu & studentët Projekti : detyrë kursi/ese individuale “Analiza krahasimore e elementëve të marketingut digjital tw aplikuara nga 2 kompani konkurrente në website e tyre ” Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 34 -35 , fq 44-46 dhe fq 139-143 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 31-32
9	Provimi Gjysmë Final
10	Plani marketing digjital: Planifikimi i duhur i fushatës digjitale; llojet e planeve; aplikimi i planit sipas kornizës SOSTAC; Prezantim i faqeve të hapura në rrjetin social të përzgjedhur për projektin semestral – Komente nga pedagogu & studentët Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 560-562 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 188-192 , fq 432-438
11	Analitika: Matja dhe vlerësimi: Korniza e matjes ; strategjitë matëse; komponentët e kornizës së matjes , fokusi dhe aplikimi i tyre; Prezantim i faqeve të hapura në rrjetin social të përzgjedhur për projektin semestral – Komente nga pedagogu & studentët Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 214-250 dhe fq 603-606 Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 82-83 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 550-560
12	B2B dhe B2C: Transaksionet në 4 format B2B, B2C, C2C dhe C2B; Llojet kryesore te pranisë në internet; aktivitet thelbësore në marketingun digjital në kontekstin e transaksioneve; CRM – costumer relation marketing – mardhëniet me klientin në kontekstin marketing ; ndryshimet bazë të CRM B2B vs B2C Prezantim i faqeve të hapura pwr projektin semestral Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 33-36 Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 625-642 Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq 4-8, fq 173-185

13	Mardhëniet me Publikun online: Si ka ndryshuar komunikimi në dekadat e fundit; implikimet për komunikuesit; influencat dhe audienca; kanalet e reja të PR; PR digjital dhe motorrët e kërkimit; influencat online; lojtarët kryesorë Rishikim i njohurive thelbësore 8 leksionet e para Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 502-506 Rayan, D. (2014). Understanding Digital Marketing, 3rd Edition, Kogan Page, fq 1 -17 Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 264-282 Chaffey, D. and Smith. P. (2017) Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing fq409-4014 Phillips, D. Young, P (2009) - Online Public Relations_ A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media (PR in Practice)- Kogan Page fq 10-19, 119-204
14	Prezantimi i strategjisë: Hapat për tu ndjekur: E ardhmja digjitale: Rishikim i njohurive thelbësore leksionet e tjera Prezantim paraprak i 6 grupeve për detyrën finale projektit semestral Chaffey, D. and Chadwick, E. F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education. Fq 645 - 647 Rayan, D. (2014). Understanding Digital Marketing, 3rd Edition, Kogan Page, fq 367-375 Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page fq 284 – 305 Ninen, O. (2021) Contemporary Issues in Digital Marketing 1st Edition, Routledge fq 166-174
15	Projekti Semestral : Fushatë e plotë e grupeve “Krijimi i një faqe publike në një nga platformat e rrjeteve sociale” aplikimi i gjithë njohurive të marra të aplikueshme në detyrë, Prezantimi nw powerpoint nga grupet,
16	Provimi final

Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.
Literatura	• Kingnorths, S. (2016). Digital Marketing Strategy. 1st Edition. Kogan Page • Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 6th Pearson Education • Ninen, O. (2021) Contemporary Issues in Digital Marketing 1st Edition, Routledge
Referenca të tjera	• Rayan, D. (2014). Understanding Digital Marketing, 3rd Edition, Kogan Page • Brown, R. (2009). Public relations and the social web _ how to use social media and Web 2.0 in communications, Kogan Page • Phillips, D. Young, P (2009). Online Public Relations_ A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media (PR in Practice)- Kogan Page

Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat

1	Studentët do të jenë të përgatitur me njohuri bazë për marketing dixhital dhe PR, me mjete të reja të komunikimit dhe metodat e përdorimit të llojeve të ndryshme të mediave të reja
2	Studentët do të demonstrojnë aftësi mbi teknikat dhe aplikimin e njohurive të marketingut digjital , vecanërisht në platformat e medias sociale dhe do të jenë në gjendje të identifikojnë elementët kryesorë dhe mjetet e përdorura të një fushate dixhitale dhe mjete
3	Studentët do të jenë në gjendje të kryejnë studime të marketingut në biznes, përvojën e klientit, modelet e marketingut më të zbatueshme në mënyrë që ta përdorin dhe aplikojnë në zhvillimin e një strategjie efektive dixhitale të marketingut dhe PR

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës

Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja
Gjysmë finale	1	20
Kuize	0	0
Projekte	1	10
Projekte semestrale	1	25
Punë laboratori	0	0
Pjesëmarrja në mësim	1	5
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final		**60**
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final		**40**
Total		**100**

Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)

Aktivitetet	Sasia	Kohëzgjatja (orë)	Ngarkesa Totale (orë)
Kohëzgjatja e kursit (Duke përfshirë edhe javën e provimeve : 16x Orët totale të kursit)	16	3	48
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	1	14
Detyra	2	22	44
Gjysmë finale	1	9	9
Provimi final	1	10	10
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			**125**
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			**5.00**
ECTS			**5.00**