

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		Objektivat e Lëndës "Komunikim Vizual" janë: Njohja e thelbit të komunikimit vizual: Studentët duhet të kuptojnë konceptet bazë të komunikimit vizual, përfshirë elementët e dizajnit grafik, fotografinë, animacionin, dhe ngjyrat. Kjo përfshin edhe studimin e historisë së komunikimit vizual dhe zhvillimin e leximit të imazheve. Analiza e mesazheve vizuale: Studentët duhet të jenë në gjendje të analizojnë dhe të kuptojnë mesazhet e fshehura në imazhe. Kjo përfshin studimin e semiotikës vizuale dhe njohuritë e thella për interpretimin e imazheve në kontekstin e kulturës dhe shoqërisë. Ndërtimi i njohurive mbi etikën e komunikimit vizual: Përgatitja e studentëve për të kuptuar dhe zbatuar standarde etike në komunikimin vizual, duke përfshirë trajtimin e drejtë të subjekteve dhe përdorimin e imazheve në mënyrë të përgjegjshme.					
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, mediumet, sfondin e tyre kulturor, etj.					
Programi i Lëndës							
Java		Tema					
1		Prezantimi i lëndës dhe objektivave - Hyrje në lëndën "Komunikim Vizual". - Qëllimi, objektivat, mënyra e vlerësimit.					
2		Teoria e Perceptimit - Një perspektivë neurologjike mbi komunikimin vizual. - Revolucioni teknologjik. - Mekanika e Vizionit. - Sistemet Emocionale - Super Pasqyra dhe Përthithje Kulturore.					
3		Njohja Vizuale - Historia e “të parit” - Shpejtësia e përpunimit, emocioni, ndërgjegjja - Pamjet vizuale dhe audio - Njohja vizuale në një ekosistem mediatik - Imazhet si përfaqësime të botës fizike - Njohja dhe Emocioni					
4		Ekuilibri Vizuale-Verbale - Njohja vizuale dhe përpunimi i informacionit - Roli i përmbajtjes vizuale-verbale në përpunimin e informacionit - Njohja vizuale dhe reklamimi - Dizajni i mesazheve të njohjes vizuale					
5		Zbatimi i Parimeve Estetike - Tregimi përmes Fotoraportimit - Fotogazetaria: Estetika, Historia dhe Teknika - Parimet estetike - Rregulli i të tretave - Mesatarja e Artë ose Raporti i Artë - Hapësira Pozitive-Negative - Sekretet e padukshmërisë					
6		Estetika në Produktet Mediatike - Kodimi dhe dekodimi i meta-mesazheve - Çfarë është Estetika e Aplikuar e Medias? - Elementet Themelore - Meta-Mesazhet					

7	Teoria E Medias Digjitale - Nga komunikimi një-drejtëmsh në atë shumë-drejtëmsh - Teksti i fokusuar në platformat vizuale - Teoria e Kultivimit - Teoria e të mësuarit social - Korniza e Affordances - Mundësitë e Identitetit - Aftësitë njohëse
8	Provimi gjysmefinal
9	Teoria e Intertekstualitetit Vizual - Eksplorimi i komunikimit politik dhe vizual - Intertekstualiteti përmes luftës së Memeve - Evolucioni i Intertekstualitetit - Memet politike
10	Zhvillimi i Tregimit Vizual - Tregimi vizual i ngjarjeve - Evolucioni i tregimit pamor
11	Llojet & Taktikat e Marketingut Vizual - Llojet e imazheve të përdorura për përmbajtjet pamore - Shtatë elementet e tregimit pamor
12	Fotografia dhe Filmat - Studime rasti
13	Materialet promocionale të printuara - Studime rasti
14	Përsëritje: Çfarë kemi mësuar, çfarë kemi arritur, ku është dallimi me orën e parë të lëndës
15	Prezantim projekti
16	Provimi final
Parakushtet	
Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.	
Literatura	
• • 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	
• • 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	1	20	
Projekte semestrale	0	0	
Punë laborator	0	0	
Pjesëmarrja në mësim	1	10	
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	4	56
Detyra	1	0	0
Gjysmë finale	1	10	10
Provimi final	1	10	10
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			124
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			4.96
ECTS			5.00