|  |  |
| --- | --- |
| **Lënda** | **Marrëdhënie me publikun**    Lloji Semestri ECTS Kodi  OBLIGATIVE IV 5 90PUR201 |
| **Ligjëruesi i lëndës**  **Asistenti i lëndës**  **Tutori i lëndës** | Prof. Ass. Dr. Sc. Xhevahire Topanica Millaku |
| **Qëllimet dhe Objektivat** | Qëllimi i lëndës Marrëdhe me Publikun është njohja e studentëve me teoritë themelore, konceptet bashkëkohore, teknikat dhe format e ndryshme të komunikimit me publikun; zhvillimit të mendimit kritik dhe dëgjimit aktiv. Po ashtu, lënda ka për qëllim edhe njohjen e studentëve me praktikat e mira të menaxhimit të krizave përmes komunikimit me publikun dhe hartimit të strategjive dhe planeve të komunikimit. |
| **Rezultatet e pritura** | Studentët do të njohin bazat teorike të marrëdhënieve me publikun, rëndësinë dhe fuqinë e të folurit në publik; Do të njohin metodat për krijimin e mesazheve bindëse; Studentët do të fuqizojnë kompetencën e krijimit të fjalimeve të sakta dhe bindëse; Do të njohin metodat e bindjes dhe të mendimit reflektues-kritik; Do të njohin praktika të mira për menaxhimin e krizave përmes komunikimit me publikun; Do të krijojnë aftësi të reja të komunikimit në organziatën ku punojnë dhe në shoqëri, si dhe do të njohin elementet kyçe për krijimin e strategjive të komunikimit. |
| **Përmbajtja** | Plani javor Java   1. Prezantimi i lëndës 2. Natyra dhe historia e marrëdhënieve me publikun 3. Baza teorike e marrëdhënieve me publikun 4. Roli i folësit në publik    1. Mesazhi    2. Krijimi i imazhit 5. Hartimi dhe organizimi i fjalimit    1. Pikat kryesore    2. Materialet burimore dhe materialet mbështetëse 6. Marrëdheniet me publikun, etika dhe kultura 7. Të folurit në publik    1. Format e të folurit në publik    2. Saktësia 8. Metodat e mbajtjes së fjalimeve    1. Metodat e bindjes    2. Metodat e mendimit reflektues 9. Menaxhimi i kirzave përmes marrëdhënieve me publikun 10. Marrëdheniet publike dhe media 11. Marrëdhëniet publike dhe funksioni i marketingut 12. Komunikimi dhe të dëgjuarit 13. Krijimi i strategjive të komunikimit 14. Raste studimore 15. Përmbyllja e lëndës |
| **Metoda e mësimdhënies** | Aktiviteti Pesha (%)   1. Ligjërata 60% 2. Seminare 20% 3. Raste studimi 20% |
| **Metodat e vlerësimit** | Aktiviteti i vlerësimit Numri Java Pesha   1. Provimi afatmesëm 7 20% 2. Raste studimore 12 20% 3. Pjesëmarrja 1-12 10% 4. Provimi përfundimtar 50 % |
| **Burimet dhe mjetet e konkretizimit** | Mjetet Numri   1. Klasë 2. Moodle 3. Projektor |
| **Ngarkesa dhe aktivitetet** | Lloji i aktivitetit Orë javore Ngarkesa total   1. Ligjerata 2 30   Ushtrime 1 15   1. Seminare/ 3 45 2. Raste studimi 35 |
| **Literatura/Referencat** | Lattimore Dan et al., Marrëdhëniet me Publikun: Profesioni dhe Praktika, Botimi IV, Londër, McGraw-Hill Higher Education-2012  McNair, Brain, Hyrje në Komunikimin Politik, UET Press, Tiranë, 2009.  Stephen E. Lucas, Arti i të folurit në Publik, UET Press, Tiranë, 2010.  Marrëdhëniet publike, Joe Mrconi, UET Press, 2010.  McLuhan, Marshall, Instrumentet e Komunikimit. Media si një zgjatim i njeriut, Instituti i Dialogut dhe Komunikimit, Tiranë, 2004. |
| **Kontakti** | [xheavhire.millaku@ubt-uni.net](mailto:xheavhire.millaku@ubt-uni.net) |