

Promocioni – Sistemi integral i Komunikimit

Bartës i lëndës: .

Prishtine, 2011

SYLABUSI

Promocioni – sistemi integral i komunikimit (SIK)

Ligjeratat dhe mënyra e të mësuarit:

Mënyra e të mësuarit në lëndën e Promocionit - SIK do të jetë nga 6 orë ligjërata në javë. Në çdo javë nga një orë të plotë është parapare për konsultime me studentët.

Qëllimet e lëndës:

- Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohurit themelore nga Promocioni – SIK.

Efektet e lëndës:

Mësimi i lëndës Promocioni - SIK, studentëve do t'ju mundesoje që të:

- Kuptojnë noicionin dhe Karkarakteristikat e SIK,
- Studiojnë Promocionin – instrument të marketing miksit,
- Përdorin qasjen integrale të Formave kryesore të Promocionit,
- Kuptojnë rolin dhe rendesine e Promocionit në Afarizmin e ndermarrjes,
- Planifikojnë procesin e promocionit,
- Shfrytëzojnë strategjitë e e promocionit;
- Të zbatojnë metodat për formimin e buxhetit të promocionit dhe
- Të bëjnë vlerësimin e efekteve komunikuese dhe shitesë të promocionit.

Parimet e mësimore

Procesi mesimor do të mbështetet në këto parime kryesore:

- *Parimi i qasjes integrale dhe ineraktive,*
- *parimi i lidhjes së teorisë me praktikën.*
- *parimin e aktivitetit të vetëdijshëm dhe veprues,*
- *parimi i impementimit të dijes së fituar,*
- *parimi i lidhjeve organike ndermjet instrumenteve të MM -it*
- *parimi i sistematizimit,*
- *parimi kreativ,*

Forma e punës

Si në çdo lëmi tjetër, edhe në lëndën e Promocioni - SIK, shkathtësit dhe njohurit përvetësohen nëpërmejt përdorimit të formave të ndryshme mësimore. Megjse format e punës mësimore janë të kushtëzuara nga struktura organizative e të mësuarit, unë si pedagog në zhvillimin e lëndës Promocioni – SIK do të mbajë llogari për disa komponenta:

e para, për mësimin, kjo mua si pedagog më obligon të jem në hap me kohën, të përdor teknologji dhe forma të reja mësimore dhe çdo herë të jem në vazhden e ngritjes profesionale pedagogjike-metodike;

e dyta, llogaria për studentët , kjo si pedagog më imponon në formën e punës sime me studentët, që ato të jetë subjekt mësimi në të gjitha fazat e orës mësimore;

e treta, llogaria për vetëveten, puna e pedagogut në procesin mësimor kërkon angazhim të madhë fizik dhe psikologjik, kjo më imponon që të mos jemë ligjerues në kuptimin e modelit "EXCATEDRA" por kreator dhe organizator të procesit të mësimor.

Metodat dhe mjetet mësimore

Metodat e mësimin në lëndën e Promocioni - SIK përfshijn vepramtarin e ngjeshur të pedagogot dhe të studentit sepse ato nuk janë vetëm mjete transmetimi të dijeve nga pedagogu te studenti por ato kërkojnë edhe një pjesëmarrje më aktive në procesin e të mësuarit. Metodat bazë që i përdori në realizimin e programit të lëndës janë: metoda e analizës së fenomeneve, metoda e shpjegimit (metoda monologut), metoda e bashkëbisedimit (biseda të përsëritjes, biseda përforcuese) dhe metoda ilustrative demonstruese.

Mjetet mësimore janë shumë të rëndësishme në konkretizimin e mësimin sepse këto e bëjnë lëndën më të lehtë, materien më të kapshme dhe sintetezuese. Studentët mësojnë më shumë nga ajo që shohin, prandaj duke përdorur mjetet audio vizuale mësimi bëhet më i mirë sepse arihet që marrja e informatave të realizohet në dy forma: audio (të dëgjuarit) dhe vizuale (ta pamurit). Për këtë qëllim unë si pedagog i përdori sllajdet, filmat transparent fotografik, që projektohen në një ekran të madhë në distancë, shpesh edhe mbishkrimet dhe diagramet ngjithëse. Për çdo segment të një ligjërate pregadis slajde me imazhe të ndonjë fotografije të lidhur me problemin dhe u prezantohet studentëve gjatë ligjeratave dhe ushtrimeve.

Detalet nga instrumentet e vlerësimit


Vlerësimi i dijeve dhe aftësive të fituara bëhet përmes:

 **Vijueshmeria, Aktivitetit dhe punimi seminarik : 20 pike**

 **Kolokfiumi i pare: 40 Pike**

 **Kolokfiumi i dyte: 40 Pike**

 **Gjithsejt: 100 pike**

 **Vlerësimi i provimit përfundimtar, që vlersohet me 55% të suksesit, me një sistem të ndërtimit të mëtejme të notës përfundimtare me kriteret tjera të lartë theksuara.**

PROGRAMI

Promocionit - SIK

Java e parë

Kuptimi i ekonomise te tregut
Funksionet e konceptit te Marketingut
Qasja integrale e instrumenteve te MM-it
Karakteristikat kryesore te SIK;
Perkufizimi dhe funksionet e Komunikimit;
Procesi i komunikimit ne ndermarrje;
Pengesat dhe nderprerjet ne komunikim;
Zhvillimi i suksesesh i mkomunikimit.

Java e dytë

Promocioni – instrument i MM –it
Nocioni dhe format kryesore te promocionit;
Planifikimi i promocionit
Qellimet kryesore te promocionit;
Strategjite e promocionit dhe
Matja e rrezultateve te promocionit

Java e tretë

Reklama – forma kryesore e promocionit;
Perkufizimi dhe format kryesore te reklames dhe
Reklama ne procesin kreativ te komunikimit
Perkufizimin dhe formulimi i porosise te reklames;
Vleresimi dhe seleksionimi i porosise reklamuese dhe
Realizimi i porosise reklamuese

Java e katërt

Bartesit, mediumet dhe mjetet reklamuese;
Bartesit reklamues;
Mediumet reklamuese
Vleresimi i efekteve komunikuese dhe
Vleresimi i efekteve shites

Java e pestë

Formimi i buxhetit reklamues
Procesi i percaktimit te buxhetit
Faktoret qe ndikojne ne percaktimin e buxhetit.

Java e gjashtë

Shitja personale dhe publiciteti
Perkufizimi i Shitjes personale
Procesi i shitjes personale.
Nderlidhshmeria ndermjet formave kryesore te promovionit

LITERATURA

Nail Reshidi : Promocioni, Prishtinë, 1996.
George e. Blech: Advertising and promotion – An integrated Marketing Communications perspective, 2006
Philip Kotler: Marketing Menagment, 2006 (Pjesa e promocionit)