

Formular për syllabus të lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	FAKULTETI I ARTEVE
Titulli i lëndës:	DIZAJN REKLAMUES
Niveli:	BA
Statusi lëndës:	OBLIGATIVE
Viti i studimeve:	VITI II - SEMESTRI III DHE IV
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	Fakulteti i Arteve - Dekanati
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Ast. Genc Reznqi
Detajat kontaktuese:	genc.reznqi@uni-pr.edu
Përshkrimi i lëndës	
Përshkrimi i lëndës	Ky kurs synon të ofrojë një kuptim të gjerë dhe praktik të rolit të dizajnit në fushën e reklamës dhe komunikimit vizual. Kursi përfshin zhvillimin e aftësive për krijimin e materialeve reklamuese për media të ndryshme si shtyp, digjitale dhe ambientale, duke u fokusuar në koncept, mesazh, dhe ndikimin vizual.
Qëllimet e lëndës	
Qëllimet e lëndës	<ul style="list-style-type: none"> - Të prezantojë parimet dhe teknikat kryesore të dizajnit reklamues. - Të zhvillojë aftësi konceptimi dhe zgjidhjeje kreative të problemeve vizuale. - Të nxisë të kuptuarit e ndikimit të dizajnit në sjelljen dhe përvojën e konsumatorit. - Të përgatisë studentët për të krijuar kampanja reklamuese efektive dhe të përshtatshme për media të ndryshme.
Rezultatet e pritura të nxënies:	
Rezultatet e pritura të nxënies:	<ul style="list-style-type: none"> - Analizojë dhe interpretojë fushata reklamuese nga perspektiva vizuale dhe strategjike. - Krijojë materiale reklamuese të bazuara në një koncept të qartë dhe komunikues. - Përdorë tipografinë, ngjyrën, imazhin dhe kompozicionin për të ndërtuar mesazhe vizuale të qarta. - Zhvillojë fushata kreative në përputhje me brief-e reale dhe objektiva të markës. - Përshtasë dizajnin në platforma të ndryshme (print, digjital, ambientale).

Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë	Gjithsej
Ligjërata	2	1	60
Ushtrime teorike	N/A	-	-
Ushtrime praktike	1	1	30
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	0.5	-	10
Ushtrime në teren	N/A	-	-
Kollokfiume, seminare	-	2	4 orë (2x2 orë)
Detyra të shtëpisë	0.75 orë	-	22.5 orë
Koha e studimit vetanak të studentit	1.5 orë	-	45 orë
Përgatitja përfundimtare për provim	-	-	10 orë
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	-	-	4 orë
Projektet, prezantimet, etj	-	-	20 orë
Totali	205 orë		
Shpjegim i shkurtër i përllogaritjes:			
<ul style="list-style-type: none"> • 3 orë mësim në javë × 30 javë = 90 orë (60 ligjërata + 30 ushtrime praktike) • Pjesa tjetër është shpërndarë sipas standardeve akademike për përgatitje vetjake dhe vlerësim. • Kjo është e përputhshme me një kurs që ka 6 ECTS, pasi 1 ECTS = ~25–30 orë ngarkesë pune. 			
Metodologjia e mësimdhënies:	<p>Metodologjia e mësimdhënies për këtë kurs bazohet në një qasje të integruar që kombinon punën praktike, konceptuale dhe hulumtuese, duke ndërthurur mësimin teorik me zbatimin në projekte konkrete. Procesi i mësimdhënies është i orientuar në student, dhe synon të zhvillojë aftësi kreative, mendim kritik dhe zgjidhje vizuale efektive në kontekstin e komunikimit reklamues.</p> <p>Qasjet dhe metodat kryesore të përdorura:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ligjërata interaktive <ul style="list-style-type: none"> - Shpjegim i teorive dhe koncepteve bazë të reklamës dhe dizajnit. - Analizë vizuale e kampanjave të suksesshme dhe dështimeve në dizajn reklamues. - Ushtrime praktike në klasë <ul style="list-style-type: none"> - Zhvillimi i aftësive teknike për krijimin e materialeve reklamuese për shtyp, web dhe media sociale. - Eksperimentim me tipografi, kompozicion, ngjyrë dhe formë në kontekste të ndryshme të komunikimit vizual. 		

	<ul style="list-style-type: none"> - Analizë rastesh dhe kritikë vizuale <ul style="list-style-type: none"> - Studime të fushatave reale reklamuese (lokale dhe ndërkombëtare). - Diskutim kritik mbi efektivitetin e dizajnit dhe strategjive të komunikimit. - Projekte individuale dhe në grup <ul style="list-style-type: none"> - Zhvillimi i fushatave reklamuese duke punuar me “brief” të simuluar ose reale. - Fokus në kreativitetin e konceptit, qëndrueshmërinë e mesazhit dhe përshtatshmërinë për audiencën target. - Prezantime dhe feedback <ul style="list-style-type: none"> - Prezantime të rregullta të ideve dhe zgjidhjeve vizuale para klasës. - Feedback i drejtpërdrejtë nga pedagogu dhe bashkëstudentët për të nxitur reflektim dhe përmirësim të vazhdueshëm. - Workshop-e dhe demonstrime praktike <ul style="list-style-type: none"> - Seanca të dedikuara për përpunimin teknik të materialeve reklamuese me softuer profesional. - Mësim për ndërtimin e strukturave të një fushate: nga ideja deri te zbatimi. - Reflektim mbi procesin krijues <ul style="list-style-type: none"> - Përdorimi i ditarit vizual dhe reflektiv për të dokumentuar procesin e zhvillimit të projekteve. - Nxjerrja e mësimëve nga gabimet, vendimet dhe rezultatet kreative.
<p>Metodat e vlerësimit:</p>	<p>Vlerësimi në këtë lëndë bazohet në një kombinim të vlerësimit formativ dhe përfundimtar, me fokus në zhvillimin konceptual, reflektimin kritik dhe aftësinë për të zbatuar qasjet strategjike të reklamës në kontekstin e dizajnit grafik. Qëllimi është të vlerësohet jo vetëm produkti final, por edhe procesi i të menduarit dizajnuar, angazhimi personal, dhe përfshirja në diskutime dhe punë praktike.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pjesëmarrja aktive dhe diskutimet - 10% - Ese reflektive / ditar mësimi - 20% - Analizë kritike (individuale) - 20% - Projekt praktik (individual ose grup) - 30% - Prezantim përfundimtar / ekspozita - 20%
<p>Literatura</p>	
<p>Literatura bazë:</p>	<p>Wheeler, A. – <i>Designing Brand Identity</i> Landa, R. – <i>Advertising by Design</i></p>

	Lupton, E. – <i>Graphic Design: The New Basics (pjesë të caktuar nga libri)</i>
Literatura shtesë:	Heller, S. & Vienne, V. – <i>Citizen Designer (pjesë të caktuar nga libri)</i> Scott, D. M. – <i>The New Rules of Marketing and PR</i>
Burimet: https://www.biblioteka-ks.org/burime/ https://thenetmencorp.com/wp-content/uploads/2016/11/Designing-Brand-Identity.pdf Advertising by DesignNational Digital Library of Ethiopiahttp://ndl.ethernet.edu.et › bitstream https://www.scribd.com/document/639018328/CitizenDesigner	

Java	Tema / Njësia Mësimore	Përmbajtja Kryesore	Aktivitetet Mësimore	Detyra / Vlerësimi
1	Hyrje në lëndë dhe fushën e dizajnit reklamues	Prezentimi i syllabus-it, hyrje në botën e reklamës	Diskutim + prezantim	Ditar reflektiv
2	Historia dhe evolucioni i reklamës	Nga shtypi deri te platformat digjitale	Ligjëratë + analizë shembujsh	Ese 1 (analizë reklame historike)
3	Llojet e reklamave	Reklama vizuale, verbale, ambientale, sociale	Workshop + shembuj	Ushtrim praktik
4	Struktura e një fushate reklamuese	Elementet: brief, ide, koncept, zbatim	Diskutim + modelim	Zhvillim koncepti
5	Komponentët e komunikimit vizual	Mesazhi, tipografia, ngjyra, forma, imazhi	Ushtrime vizuale	Dorëzim skicash
6	Kompozimi në reklamë	Balancimi dhe hierarkia vizuale	Workshop praktik	Kritikë në klasë
7	Tipografia në reklamë	Tipografia si mesazh dhe shprehje	Ligjëratë + punë praktike	Ushtrim tipografik
8	Ngjyra dhe psikologjia e saj në reklamë	Emocioni dhe ndikimi i ngjyrës	Eksperiment me ngjyrë	Ushtrim ngjyrash
9	Target-audienca dhe analizimi i saj	Kush është publiku? Si i flasim?	Studim rasti + diskutim	Ese 2

10	<i>Përdorimi i imazhit dhe ilustrimit në reklamë</i>	Imazhi si komunikim – etikë, ndikim, estetikë	Ushtrim krijues	Projekt 1 – koncept
11	<i>Branding dhe identitet vizual në reklamë</i>	Koherenca vizuale dhe mesazhi	Shembuj + analizë markash	Reflektim
12	<i>Slogani dhe titulli – gjuha në reklamë</i>	Shkrimi kreativ për reklamë	Ligjëratë + punë në grupe	Ushtrim shkrimi
13	<i>Reklama e shtypur – formate dhe teknika</i>	Postera, broshura, fletushka	Workshop + layout dizajni	Dorëzim dizajni poster
14	<i>Reklama digjitale – banerat dhe rrjetet sociale</i>	Formatet digjitale, përshtatja për ekrane	Ushtrim digjital	Zhvillim i materialeve online
15	<i>Kollokfiumi I / Prezantime të ndërmjetme</i>	Vlerësim formativ për fazën e parë	Prezantime + feedback	Vlerësim i Projektit 1
16	<i>Reklama televizive dhe video formati</i>	Skicimi i storyboard-it dhe ritmi vizual	Workshop vizual	Storyboard / koncept
17	<i>Etika dhe përgjegjësia në reklamë</i>	Kufijtë moralë dhe ndikimi publik	Diskutim kritik	Ese reflektive
18	<i>Reklama sociale dhe edukative</i>	Fushata për kauza publike	Analizë e fushatave	Projekt social – ide
19	<i>Reklama ambientale dhe gueril marketing</i>	Mjedisi si platformë kreative	Prezantim idesh	Punë në grupe
20	<i>Analiza e fushatave të suksesshme</i>	Çka funksionon dhe pse	Analizë raste	Ese 3
21	<i>Brief kreativ – si të punojmë me një klient</i>	Strukturimi i projektit nga fillimi	Simulim brief-i	Përgatitje projekt final

22	<i>Konceptimi i fushatës finale</i>	Zgjedhja e drejtimit kreativ	Konsultime individuale	Skica fillestare
23	<i>Zhvillimi i projektit – materiali i parë</i>	Dizenjimi i elementeve kryesore	Punë individuale në klasë	Feedback nga pedagogu
24	<i>Zhvillimi i projektit – përshtatja për media</i>	Si përshtatet dizajni në platforma të ndryshme	Punë në klasë + konsultime	Materialet e para digjitale
25	<i>Kritika e parë e projektit final</i>	Prezantim paraprak	Kritikë kolektive	Reflektim mbi projektin
26	<i>Përshtatje dhe përmirësim bazuar në feedback</i>	Iteracion dhe rishikim	Workshop	Rishikim materialesh
27	<i>Përgatitje për prezantimin final</i>	Organizimi i prezantimit	Punë praktike në klasë	Testim prezantimi
28	<i>Prezantimi final i fushatës reklamuese</i>	Ekspozim dhe mbrojtje e punës finale	Prezantim publik	Vlerësim i projektit final
29	<i>Vlerësim përmbyllës dhe reflektim mbi procesin</i>	Çfarë funksionoi dhe çfarë mund të përmirësohet	Diskutim final	Dorëzim i ditarit reflektiv
30	<i>Mbyllja e kursit – analizë dhe feedback</i>	Vlerësimi përfundimtar i lëndës	Reflektim në grup	Mbyllje administrative

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

Pjesëmarrja në ligjërata dhe ushtrime është e obligueshme. Studentët inkurajohen që gjithmonë të kërkojnë sqarime gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve. Mësimdhënësi do të jetë në dispozicion për sqarime shtesë dhe konsultime të studentëve. Studentët kanë për obligim që pas çdo ligjërata të lexojnë së paku literaturën që ju është caktuar dhe të kryejnë detyrat që do t'u jepen. Studentët inkurajohen të përcjellin diskutimet në media dhe të hapin diskutime lidhur me to. Studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat studimore. Duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në ligjërata. Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e ID kartelës në teste dhe provim. Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studentit duhet t'i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.