

## SYLLABUS

| Të dhëna bazike të lëndës            |   |
|--------------------------------------|---|
| Njësia akademike                     | Fakulteti i Menaxhmentit  |
| Titulli i lëndës                     | Mediat sociale dhe ekonomia dixhitale   |
| Niveli                               | Bachelor  |
| Statusi i lëndës                     | Zgjedhore   |
| Viti i studimeve                     | III   |
| Semestri                             | VI  |
| Numri orëve në javë                  | 3   |
| Vlera në kredi - ECTS                | 4   |
| Koha / lokacioni                     | USHAF   |
| Mësimdhënësi i lëndës                | Agim Thaqi, PhD   |
| Detajet kontaktuese                  | agim.thaqi@ushaf.net  |
| Përshkrimi i lëndës                  |   |
| Përshkrimi i lëndës                  | <p>Kjo lëndë do t'i ofrojë studentëve njohuri mbi konceptet themelore të mediave të reja, si dhe rolin që luajnë mediat dixhitale në shoqëri, përmes temave nga literatura shkencore do të shqyrtohet evolucioni teknologjik i mediave dixhitale, si dhe ndikimi i tyre në komunikim, ekonominë dixhitale dhe shoqëri, Audiencat e mediave të reja, Koncepti i shpërndarjes digjitale dhe pjesëmarrjes digjitale, E-commerce (përkufizimi, zhvillimi, mundësitë, modelet), Marketing elektronik, Lënda trajton gjithashtu momentet kyçe të historisë së informatikës dhe mediave sociale, për të përftuar një perspektivë më të gjerë mbi ndryshimet dhe natyrën e inovacionit teknologjik dhe ndikimet në ekonominë dixhitale.</p> |
| Qëllimet e lëndës                    | <p>Objektivi kryesor i kësaj lënde është që student të mësojë kryesisht për praktikën më të mira duke eksploruar mediat sociale dhe ekonomia dixhitale se si ndikojnë në profitabilitetin dhe procesin e dixhitalizimit të produktit dhe zhvillimin e tij. Studentët duhet të njohin edhe anën psikologjike të konsumatorëve për të krijuar konsumator besnik gjatë procesit të komunikimit të ndërsjellët.</p> <p>Theks i veçantë vihet në vendosjen e produkteve dhe shërbimeve të ofruara nga këto kompani, por me ndihmën e teknologjive moderne të informacionit.</p>  |
| Rezultatet e pritura të mësimnxënies | <p>Pas përfundimit të suksesshëm të modulit, studentet duhet të:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Përfitojnë njohuri për rolin dhe rendësin e mediave sociale dhe dixhitalizimin në ekonomi, në kohën moderne në kontest të ndërmarrjeve,</li> <li>• Kuptojnë rolin e madhe që në ditët e sotme kanë mediat sociale në zhvillimet afariste biznesore,</li> <li>• Dijnë për ekonominë dixhitale dhe rolin e sajë për zhvillimin e ndërmarrjes,,</li> <li>• Implementojnë në mënyrë efektive përdorimin e mediave të reja dhe rrjeteve sociale,</li> <li>• Dallojnë mediat e reja nga redaksitë tradicionale – në dobi të ndërmarrjes,</li> <li>• Përdorin rrjetet sociale për të raportuar në mënyrë</li> </ul>          |

|   |  |                  |                 |
|---|--|------------------|-----------------|
|   | profesionale,<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplikojnë njohurit bazike te e-comerc ndërlidhur me ekonomin dixhitale,</li> <li>• Krijojnë qasje ne mediat sociale ne funksion te përfitimt te ndërmarrjes ne tregun e synuar,</li> <li>• Kompetent për pune ekipore për të planifikuar, dizajnuar dhe për të krijuar përmbajtje të mediave të reja.</li> </ul> |                  |                 |
| <b>Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënit të studentit)</b> |  |                  |                 |
| <b>Aktiviteti</b>   | <b>Orë</b>   | <b>Ditë/javë</b> | <b>Gjithsej</b> |
| <b>Ligjërata</b>  | 2  | 15               | 30              |
| <b>Ushtrimet teorike/detyra</b>   | 1  | 15               | 15              |
| <b>Punë praktike</b>  | 5  | 1                | 5               |
| <b>Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet</b>   |  |                  |                 |
| <b>Ushtrime në terren</b>   |  |                  |                 |
| <b>Kollokiume – seminare</b>  |  |                  |                 |
| <b>Detyra të shtëpisë</b>   | 1  | 5                | 5               |
| <b>Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)</b>   |  |                  | 30              |
| <b>Përgatitja përfundimtare në provim</b>   | 3  | 2                | 6               |
| <b>Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)</b>  | 2  | 2                | 4               |
| <b>Projektet, prezantimet etj</b>   | 1  | 5                | 5               |
| <b>Totali</b>   |  |                  | <b>100</b>      |
| <b>Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)</b>   | Ligjërata interaktive me studente lidhur me temat e ligjërhuara, orientimi ne shtjellimin e materialit duke mare raste studimi te cilat do te diskutohen ne grup, mësimi duke u bazuar ne një problem te paraqitur, prezantimi i studenteve për Raste studimi, Punime seminarik-shkencore, Ese apo Hulumtim.   |                  |                 |
| <b>Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)</b>  | Metoda (Kriteret) e vlerësimit:<br>10 pike - angazhimi ne ligjërata dhe vijueshmëria,<br>20 pikë - punim seminari, ese, rast studimi, projekt hulumtues,<br>70 pike – provimi final,<br>Testi i Provimit (test me shkrim/gojë) – përmban min. 5 pyetje,<br>Studenti e kalon provimin nëse grumbullon 50 pike nga te gjitha kriteret e vlerësimit,                          |                  |                 |
| <b>Mjetet e konkretizimit – TI</b>  | Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, PowerPoint, etj.   |                  |                 |
| <b>Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit</b>   | 60% Teori<br>40% Punë Praktike me raste studimi<br>Punim seminarik, Raste studimi Ese apo Projekt hulumtues,   |                  |                 |
| <b>Literatura</b>   |  |                  |                 |
| <b>Literatura bazë</b>  | 1. Ilir Doçi, E-biznesi, dispensë, Prishtinë, 2014.<br>2. Tim Jordan, 2020, The Digital Economy  |                  |                 |
| <b>Literatura shtesë</b>  | 1. Philip Kotler, Marketingu 4.0, 2016   |                  |                 |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>2. Bill Kovach &amp; Tom Rosentiel - “FLU si të njohësh të vërtetën në epokën e mbingarkesës së informacionit”,</p> <p>3. Keith Quesenberry, 2018, Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution</p> <p>4. Eric Scherer. A na duhen më gazetarët?”,</p> <p>5. “Digital Media and Society”, (Sage Publications 2017),</p> |
| <b>Plani i dizajnuar i mësimi:</b>  |  |
| <b>Java</b>   | <b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>   |
| <b>Java e parë</b>  | Prezentimii Syllabusit, njohja me konceptet bazë të mediave të reja.   |
| <b>Java e dytë</b>  | Koncepti i mediave të reja dhe lidhja e tyre me shoqërinë dhe teknologjinë. Diskutime interaktive,   |
| <b>Java e tretë</b>   | Rritja e mediave të reja, krahasimi mes kapitalizmit informativ dhe kapitalizmit industrial, Diskutime interaktive,  |
| <b>Java e katërt</b>  | Audienat e mediave të reja, Diskutime interaktive,   |
| <b>Java e pestë</b>   | Përdorimi i mediave të reja, koncepti i shpërndarjes digjitale dhe pjesëmarrjes digjitale, Diskutime interaktive,  |
| <b>Java e gjashtë</b>   | Perspektiva vendimmarrëse ekonomike duke pranuar ose refuzuar një risi në teknologji, Diskutime interaktive,   |
| <b>Java e shtatë</b>  | Çështjet kryesore që trajtohen në psikologjinë sociale rreth shoqërisë digjitale Diskutime interaktive,  |
| <b>Java e tetë</b>  | Udheheqja, njohja, tërheqja, funksionet personale dhe sociale në ekonominë dixhitale   |
| <b>Java e nëntë</b>   | Informacioni dhe ekonomia digjitale, Diskutime interaktive,  |
| <b>Java e dhjetë</b>  | Operacioni elektronik (zhvillimi, gjerësia, modelet) dhe menaxhimi i distribuimit, Diskutime interaktive,  |
| <b>Java e njëmbëdhjetë</b>  | E-commerce (përkufizimi, zhvillimi, mundësitë, modelet) Diskutime interaktive,   |
| <b>Java e dymbëdhjetë</b>   | Marketing elektronik, Diskutime interaktive,   |
| <b>Java e trembëdhjetë</b>  | Perspektivat e reja, iniciativat dhe implikimet në ekonominë digjitale, Diskutime interaktive,   |
| <b>Java e katërbëdhjetë</b>   | Siguria në Internet, Diskutime interaktive,  |
| <b>Java e pesëmbëdhjetë</b>   | Prezantime te punimeve seminarike  |
| <b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes</b>   |  |
| <p>Studenti është i obliguar t'i vijojë ligjëratat më rregull dhe të ketë sjellje korrekte ndaj kolegëve dhe stafit të Universitetit, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi interaktiv gjatë ligjëratarave dhe ushtrimeve është e obligueshme.</p> |  |