

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Menaxhmentit
Programi:	Menaxhimi i Biznesit dhe Ndërmarrësia
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:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës:	Kjo lëndë synon t'i pajisë studentët me njohuri të strukturuar mbi konceptet themelore të mediave të reja dhe rolin që luajnë mediat digjitale në shoqërinë bashkëkohore. Përmes temave të mbështetura në literaturën shkencore, do të shqyrtohet evolucioni teknologjik i mediave digjitale dhe ndikimi i tyre në komunikim, ekonominë digjitale dhe zhvillimet shoqërore. Programi përfshin analizën e audiencave të mediave të reja, konceptin e shpërndarjes digjitale dhe pjesëmarrjes digjitale, si dhe elementët kryesorë të e-commerce, duke përfshirë përkufizimin, zhvillimin, mundësitë dhe modelet e tij. Një pjesë e rëndësishme i kushtohet marketingut elektronik dhe strategjive të tij në mjedisin digjital. Lënda trajton gjithashtu momentet kyçe në historinë e informatikës dhe mediave sociale, me qëllim ofrimin e një perspektive të gjerë mbi proceset e inovacionit teknologjik dhe ndikimet e tyre në ekonominë digjitale. Në këtë mënyrë, studentët do të fitojnë aftësinë për të kuptuar, analizuar dhe aplikuar konceptet e mediave të reja në kontekste të ndryshme profesionale dhe akademike.
Qëllimet e lëndës:	Objektivi kryesor i kësaj lënde është t'u ofrojë studentëve njohuri dhe aftësi të avancuara mbi praktikën më të mira në përdorimin e mediave sociale dhe ekonomisë digjitale, duke analizuar ndikimin e tyre në profitabilitetin e ndërmarrjes, procesin e digjitalizimit të produkteve dhe zhvillimin e tyre në treg. Studentët do të njihen gjithashtu me aspektet psikologjike të sjelljes së konsumatorëve, me qëllim ndërtimin e marrëdhënieve të qëndrueshme dhe krijimin e konsumatorëve besnikë përmes komunikimit efektiv dhe ndërveprimit të vazhdueshëm. Një theks i veçantë vihet në strategjitë e pozicionimit të produkteve dhe shërbimeve, duke shfrytëzuar teknologjitë moderne të informacionit për të optimizuar praninë në treg dhe për të rritur vlerën e ofertës së ndërmarrjes.

Rezultatet e pritura të mësim-nxënies:	Pas përfundimit të lëndës, studentët pritet të jenë në gjendje: 1. Shpjegojnë konceptet themelore të mediave sociale dhe ekonomisë digjitale, si dhe ndikimin e tyre në profitabilitetin dhe zhvillimin e produkteve. ECTS: 0.60 2. Analizojnë procesin e digjitalizimit të produkteve dhe shërbimeve, duke identifikuar mundësitë që ofrojnë teknologjitë moderne të informacionit. ECTS: 0.60 3. Vlerësojnë faktorët psikologjikë që ndikojnë në sjelljen e konsumatorëve dhe në krijimin e konsumatorëve besnikë. ECTS: 0.60 4. Zhvillojnë strategji komunikimi të ndërsjellë për të rritur ndërveprimin dhe angazhimin e konsumatorëve. ECTS: 0.40 5. Aplikojnë teknikat e pozicionimit të produkteve dhe shërbimeve në treg duke përdorur mjetet dhe platformat digjitale. ECTS: 0.60 6. Përdorin mediat sociale dhe mjetet e marketingut digjital për të optimizuar praninë e ndërmarrjes në tregun e synuar. ECTS: 0.80 7. Integrojnë njohuritë teorike dhe praktike për të hartuar strategji inovative që kombinojnë aspektet teknologjike, psikologjike dhe tregtare të biznesit digjital. ECTS: 0.40.		
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrimet teorike/detyra	1	15	15
Punë/Vizitë praktike	5	1	5
Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet	1	2	2
Përgatitja për detyra projekte	1	5	5
Projekt kursi – Test (planifikim + zbatim)	2	2	4
Detyra të shtëpisë	1	2	2
Koha e studimit vetanë të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			20
Përgatitja përfundimtare në provim	1	10	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)	1	2	2
Projektet, prezantimet etj	1	5	5
Totali			100
Metodologjia e mësimdhënies dhe mësim-nxënies:	Ligjërata do të organizohet duke pas studentin në qendër, mësimdhënia do të zhvillohet përmes ligjëratave, ushtrimeve, shembujve praktikë, interpretimeve individuale e grupe, punimit të seminareve, vlerësimeve periodike, etj. Të gjitha këto do të realizohet në aspektin teorik dhe praktik duke i prezantuar materialet në formën audio-vizuale përmes teknologjisë elektronike me programet e Windows Office. Në aspektin teorik do të ofrohen njohuri të përgjithshme shkencore, bazuar në literaturën bashkëkohore. Pjesa praktike kryesisht do të		

	realizohet përmes shembujve konkret nga literatura dhe punimeve studentore, do të dëgjohet opinioni i studenteve për literaturën që do të përdoret, për mënyrën e organizimit të ligjërës e cila do të jetë interaktive lidhur me temat e ligjërës, orientimi në shtjellimin e materialit do të diskutohen në grup - vizite praktike, prezantimi i studenteve për Raste studimi, Punime seminari apo Hulumtim.												
Metodat e vlerësimit dhe kriteret e kalueshmërisë:	Metoda e vlerësimit – mbështetet në tri aktivitete – në bazë të të cilave do të ndërtohet nota përfundimtare: ➤ Aktivitet dhe Angazhim në mësim.....max 20 pikë (%), ➤ Hartimi / prezantimi i projektit/punim seminari..max 10 pikë (%), ➤ Provimi final (ose nga dy teste).....max 70 pikë (%), Kriteret e kalueshmërisë - ndërlidhur me aktivitetet e parapara me metodën e vlerësimit: 1. Aktiviteti dhe Angazhimi në mësim – vlerësohet me 20 pikë (%) nga 100 pikët (%) e mundshme: • Aktiviteti në mësim (10 pikë (%)) - nënkupton që studenti të jetë aktive dhe i përfshirë në diskutime interaktive profesor-studentë, studentë-studentë, duke hapur tema të reja që janë të ndërlidhura me lëndën, duke dhënë ide, opinione, mendime kritike me qëllim të nxitjes së debatit gjatë ligjërës. • Angazhimi (10 pikë (%)) - nënkupton që studenti të kryejë dhe prezantojë detyrat që caktohen në fund të secilës ligjërës dhe pastaj diskutohen në fillim të ligjërës vijuese. Qëllimi: Nxitja e mendimit kritik dhe zgjidhja kreative e situatave reale ndërlidhur me problemet e parashtruara - të ndërlidhura me mësim-nxënien në modulin e lëndës. 2. Hartimi dhe prezantimi i një projekti/punimi seminari - vlerësohet me 10 pikë nga 100 pikët (%) e mundshme, Brenda semestrit studenti (mund të jetë një grup i studenteve – jo me shumë se 3 studentë) duhet të përgatitë një projekt/punim seminari (Word dhe në PowerPoint), i njëjti punim duhet të prezantohet gjatë orëve të caktuara për prezantim. Prezantimi do të zgjasë më së shumti 15 minuta. Tema e punimit mund të propozohet nga profesori dhe nga studenti – tema e propozuar nga studenti duhet të miratohet nga profesori, dhe e njëjta duhet të jetë në korrelacion të plot me lëndën. Punimi prezantohet para grupit dhe vlerësohet në bazë të cilësisë së përmbajtjes, analizës, kreativitetit dhe aftësisë për ta prezantuar qartë. <table border="1" data-bbox="646 1625 1412 1835"> <thead> <tr> <th colspan="2">Kriteret e vlerësimit të projektit/punimit seminari</th></tr> <tr> <th>Komponenti</th><th>Pikët (%)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Struktura dhe Qëllimi i punimit</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Përmbajtja/shtjellimi i punimit</td><td>4</td></tr> <tr> <td>Përfundimet e nxjerra dhe prezantimi i punimit</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Gjithsej:</td><td>10</td></tr> </tbody> </table>	Kriteret e vlerësimit të projektit/punimit seminari		Komponenti	Pikët (%)	Struktura dhe Qëllimi i punimit	3	Përmbajtja/shtjellimi i punimit	4	Përfundimet e nxjerra dhe prezantimi i punimit	3	Gjithsej:	10
Kriteret e vlerësimit të projektit/punimit seminari													
Komponenti	Pikët (%)												
Struktura dhe Qëllimi i punimit	3												
Përmbajtja/shtjellimi i punimit	4												
Përfundimet e nxjerra dhe prezantimi i punimit	3												
Gjithsej:	10												

Qëllimi: zhvillimi i aftësive kërkimore, analitike dhe shkencore, përmes trajtimit të një teme të caktuar në mënyrë të pavarur dhe akademike - të ndërlidhura me mësim-nxënien në modulin e lëndës.

3. Testi i provimit final, vlerësohet me 70 pikë (%) nga 100 pikët (%) e mundshme,

Brenda semestrit parashihet të mbahen dy Teste (2 x 35 pikë (%)) për studentët e angazhuar aktiv me pjesëmarrje në ligjërata, testi i parë në javën e 7 ose të 8 dhe testi i dytë në fund të ligjëratave, studenti e kalon testin nëse ka min 18 pikë (%), pasi që studenti vlerësohet se ka kaluar testin e parë, atëherë studenti mund t'i nënshtrohet testit të dytë studenti ka të drejtë të nënshtrohet drejtpërdrejt provimit final - me gojë ose me shkrim. Studenti do t'i nënshtrohet testit të provimit final, pas përfundimit të ligjëratave të lëndës dhe në afatet e provimeve të përcaktuar nga senati i Universitetit.

Qëllimi i provimit është që të vlerësohet njohuria, aftësia, shkathhtësia dhe kompetencat e studentit, ndërlidhur me rezultatet e mësim-nxënies të parapara në materialin e lëndës së ligjëruar.

Testi i provimit (formulari me pyetje) duhet të plotësohet në mënyrë individuale nga studenti dhe i njëjti vlerësohet sipas kritereve dhe përmban:

- Pyetje objektive me zgjedhje të shumëfishta alternative, të njëjtat do të shfrytëzohen për të vlerësuar aftësitë e studentit për të ri- kujtuar dhe njohur konceptet dhe materialin e lëndës.....**30 pikë (%)**,
- Pyetje subjektive të llojit tema për shpjegim/përgjigje me shkrim/detyra - për të cilat vet studenti duhet të jete në gjendje të jep përgjigje ndërlidhur me materialin e lëndës së ligjëruar, të njëjtat përgjigje do të shfrytëzohen për të vlerësuar të kuptuarit dhe aftësitë e studentit për të zbatuar njohuritë e fituara në analizë, sintezë/vlerësim të problemit....**40 pikë (%)**

Qëllimi i testit: të vlerësojë përvetësimin e rezultateve të mësim-nxënies dhe aftësinë për t'i zbatuar ato në situata praktike.

Studenti e kalon provimin nëse grumbullon 50 pikë (%) nga të gjitha aktivitetet e parapara me metodën e vlerësimit,

Notat në USHAF:

Nota	ECTS/Nota	Përqindja (%)	Përkufizimi
10	A	90 - 100	Shkëlqyeshëm
9	B	80 - 89	Shkëlqyeshëm
8	C	70 - 79	Shumë mirë
7	D	60 - 69	Mirë
6	E	50 - 59	Mjaftueshëm
5	FX/F	0 - 49	Pamjaftueshëm

Mjetet e konkretizimit - TI

Përdorimi i Smart-tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, PowerPoint, Përdorimi i platformave dhe mjeteve “on-line” për të mbështetur komunikimin dhe bashkëpunimin në ekip, etj.

Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit:	Struktura e këtij moduli është ndërtuar në bazë të një balancimi të kujdesshëm ndërmjet komponentës teorike dhe asaj praktike, me synim që të sigurohet një përvojë gjithëpërfshirëse dhe efektive. Qasja e integruar synon që studentët fillimisht të ndërtojnë një bazë të qëndrueshme konceptuale, për t'i mundësuar më pas zbatimin e dijes në kontekste praktike dhe situata të afërta me realitetin profesional. Në këtë drejtim, moduli është strukturuar sipas raportit 60% teori dhe 40% praktikë, si vijon: 27 orë (60%) janë të dedikuara për ligjërata teorike, përmes të cilave studentët fitojnë njohuri mbi konceptet themelore të menaxhimit, qasjet teorike, metodologjitë bashkëkohore dhe standardet profesionale, të gjitha të reflektuara në përmbajtjen modulare. 18 orë (40%) janë të orientuara drejt aktiviteteve praktike, duke përfshirë: ➤ Ushtrime në klasë, ➤ Analiza të rasteve konkrete, ➤ Punë në grup dhe zhvillim projektsh simulimi, ➤ Kuize tematike dhe reflektime të strukturuar në fushën e menaxhimit. Në përputhje me këtë strukturë orësh, edhe shpërndarja e 4 ECTS bëhet në mënyrë proporcionale: 2.4 ECTS (60%) i dedikohen përmbajtjes teorike, e cila përqendrohet në ndërtimin e njohurive akademike dhe kuptimit të thellë të tematikave të menaxhimit. 1.6 ECTS (40%) i dedikohen përmbajtjes praktike, duke i orientuar studentët drejt zhvillimit të aftësive analitike, praktike dhe të mendimit kritik përmes aplikimit të koncepteve në raste konkrete. Kjo ndarje përfaqëson një model bashkëkohor të integritit të teorisë me praktikën dhe synon të përgatisë studentët në mënyrë gjithëpërfshirëse për sfidat profesionale në fushën e menaxhimit.
Literatura	
Literatura bazë	1. Tim Jordan, 2020, <i>The Digital Economy</i> 2. A. Loku. & M. Sreten (2023). “Bazat e Marketingut dhe Digjitalizimi
Literatura shtesë	1. Bill Kovach & Tom Rosentiel - “FLU si të njohësh të vërtetën në epokën e mbingarkesës së informacionit” 2. Keith Quesenberry, 2018, <i>Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution</i>.
<u>Informacion shtesë</u> – Punimi Shkencor nga profesori i lëndës:	1. A.Loku & E.Masia; Paper; „Artificial intelligence in Management and Enhancement of Kosovo Health Information System”: 2024, Journal: Academic Journal of Interdisciplinary Studies (AJIS); ISSN:2281-3993- Linku i punimit: https://www.richtmann.org/journal/index.php/ajis/issue/view/354
Plani i dizajnuar i mësim:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë	Prezantimi - njoftimi i studenteve me syllabusin e lëndës, Përshkrimi (prezantimi) i lëndës,

Java e dytë	Koncepti i mediave të reja dhe lidhja e tyre me shoqërinë dhe teknologjinë. Konceptet themelore njohja me konceptet bazë të mediave të reja Diskutime interaktive, Rezultati i pritur 1 & 2
Java e tretë	Rritja e mediave të reja, krahasimi mes kapitalizmit informativ dhe kapitalizmit industrial, Diskutime interaktive Rezultati i pritur nr. 1, 2 & 5
Java e katërt	Sfidat aktuale në Sistemin e Informacionit Shëndetësor të Kosovës, Nevoja për avancime teknologjike, Asistentët virtualë të shëndetit dhe telemjekësia, historitë dhe sfidat globale të suksesit. Literatura: A.Loku & E.Malisia, Paper: „Artificial intelligence in Management and enhancement of Kosovo Health Information System”, 2024. Rezultati i pritur nr. 1, 2, 3 dhe 6
Java e pestë	Audienca e mediave të reja, Përdorimi i mediave të reja, koncepti i shpërndarjes digjitale dhe pjesëmarrjes digjitale, Diskutime interaktive, Rezultati i pritur nr. 2, 5 dhe 6
Java e gjashtë	Perspektiva vendimmarrëse ekonomike duke pranuar ose refuzuar një risi në teknologji, Diskutime interaktive, Rezultati i pritur nr. 1, 2, dhe 6
Java e shtatë	Çështjet kryesore që trajtohen në psikologjinë sociale rreth shoqërisë digjitale, Udhëheqja, njohja, tërheqja, funksionet personale dhe sociale në ekonominë dixhitale Rezultati i pritur nr. 2, 3, 5, dhe 6
Java e tetë	Testi i pare
Java e nëntë	Informacioni dhe ekonomia digjitale, Diskutime interaktive, Rezultati i pritur nr. 1, 3, 6 dhe 7
Java e dhjetë	Operacioni elektronike (zhvillimi, gjerësia, modelet) dhe menaxhimi i distribuimit, Diskutime interaktive Rezultati i pritur nr. 1, 3, 4 dhe 6
Java e njëmbëdhjetë	E-commerce (përkufizimi, zhvillimi, mundësitë, modelet) Diskutime interaktive, Literatura: Rezultati i pritur nr. 2 , 6 dhe 7
Java e dymbëdhjetë	Marketing Digjital, Diskutime interaktive, Rezultati i pritur nr. 2, 4, 6 dhe 7
Java e trembëdhjetë	Perspektivat e reja, iniciativat dhe implikimet në ekonominë digjitale, Diskutime interaktive, Rezultati i pritur nr. 1, 2, 6 dhe 7
Java e katërmbëdhjetë	Siguria në Internet, Rishikimet, Kritika dhe përgatitja e prezantimit të projektit secili ekip do të ketë mundësinë të testojë idetë e tij dhe të praktikojë pjesë të prezantimit të tyre në klasë. Rezultati i pritur nr. 2, 3, 6 dhe 7
Java e pesëmbëdhjetë	Testi i dyte, Rezultati i pritur të gjithë rezultatet (1 - 7)
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes	

Vijueshmëria e rregullt, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në dialog gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme. Gjatë orëve të ligjëratave dhe ushtrimeve NDALOHET ushqimi, pëshpërimat që pengon punën në klasë dhe përdorimi i telefonave mobil. Njëkohësisht, telefonat celularë duhet të fiken ose të vihen në heshtje dhe të mos përdoren gjatë kohës së ligjëratave apo ushtrimeve. Një nga shenjat se materiali i lëndës është kuptuar siç duhet është ndershmëria gjatë kryerjes së detyrave. Mungesa e integritetit akademik (ku përfshihet plagjiatura, kopjimi i punës së një personi tjetër, përdorimi i ndihmave të paautorizuara në provime, mashtrimi etj) nuk do të tolerohet. Nëse ka dyshime për vërtetësinë e punës së paraqitur, ligjëruesi ka të drejtë t'i kërkoj studentit të verifikojë punën e tij/saj. Kjo mund të bëhet përmes: përsëritjes së punës, testimit me shkrim ose me gojë, kuiz i papritur apo me çdo veprim tjetër që konsiderohet i nevojshëm nga ligjëruesi.