

Emri i Lëndës : Publiku, Audiencia dhe Përdoruesit e Mediave

Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
COM 563	B	Vjeshtë	3.00	0.00	0.00	3.00	6.00

Lektori	Bashkim Gjergji, Prof. Asoc. Dr.
Asistenti	
Gjuha e kursit	Shqip
Niveli i lëndës	Master
Përshkrimi	Në fokus të kursit do të jenë çështjet që lidhen me audiencat. Ç'është audiencia, pse zakonisht flitet për karakterin heterogjen të saj, çka na detyron të flasim për shumëlloj audiencash, për publikë, nga çfarë karakterizohen dhe roli i analizave funksionale e demografike për të depërtuar në këto lloj tiparësh. Ajo që do të theksohet e shpjegohet gjatë kursit lidhet ngushtë me ndryshimet teknologjike dhe shfaqjen e mediave të reja, një zhvillim ky që është pasuar nga ndryshimi i pozicionit të audiencave; koncepti user generation content dhe situatë aktuale në terrenin shqiptar.
Objektivat	Njohja dhe përdorimi i medias për të ndikuar audiencën. Gjithashtu mënyra se si mediat masin audiencën e tyre. Studentët do të kuptojnë më mire rolin që media ka në jetën e tyre të përditshme edhe se si audiencia mund të "manipulohet". Por njëkohësisht do të njihen me mënyrat e reja të përdorimit të kanaleve të mediave konvencionale dhe mediave të reja për të dhënë e marrë informacion, argëtim, etj.
Konceptet Kryesore	

Programi i Lëndës

Java	Tema
1	Mediat konvencionale dhe audiencat
2	Mediat e reja dhe linja e komunikimit "many to many"
3	Opinion publik dhe audiencat
4	Matja e Audiencave dhe kufizimet e praktikave
5	Audiencat aktive dhe : A ka nevojë për gazetarë - Eric Scherer
6	Analiza demografike e audiencave
7	Analizat funksionale të audiencave (kush mund ta influencojë?)
8	Provim Gjysmëfinal
9	Politika dhe Media
10	Roli i markës dhe audiencat
11	Audiencat globale - M.Kunczik
12	Trinomi: Audiencia/ Politika/ Media si shprehje e shkëmbimit në demokraci
13	E vërteta në kushtet e mbingarkesës me informacion (Kovach&Rosenstiel)
14	Audiencat dhe roli i tyre në jetë shoqërore në Shqipëri
15	Përsëritje
16	Provim Final

Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.		
Literatura	<ul style="list-style-type: none"> • E.Scherer, "A ka nevojë për gazetarë", Papyrus 2013 • Charls Ess, Etika e mediave dixhitale, ISHM • R.Jahanbegloo • B.Kovach&T.Rosenstie 		
Referenca të tjera	<ul style="list-style-type: none"> • B.Kovach&T.Rosenstiel, "Si të mësojmë të vërtetën...", ISHM 2013 • Leksione të përgatitura nga lektori • J.Dominick, "Dinamika e Komunikimit Masiv", Uet - Press 2010 		
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat			
1	Për t'u bërë të njohur me debatet akademike për reth natyrës dhe ndërtimit të publikut.		
2	Për t'u bërë të njohur me historinë e medias si industry dhe të konceptojmë dhe masim audiencën		
3	Për të pasur një koncept të qartë për rolin e invidit si pjesëmarrës në audiencat e sotme active.		
Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme		Sasia	Përqindja
Gjysmë finale		1	30
Kuize		0	0
Projekte		1	20
Projekte semestrare		0	0
Punë laborator		0	0
Pjesëmarrja në mësim		1	10
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			60
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			40
Total			100
Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)			
Aktivitetet	Sasia	Kohëzgjatja (orë)	Ngarkesa Totale (orë)
Kohëzgjatja e kursit (Duke përfshirë edhe javën e provimeve : 16x Orët totale të kursit)	16	3	48
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	3	42
Detyra	1	0	0
Gjysmë finale	1	20	20
Provimi final	1	40	40
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			150
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			6.00
ECTS			6.00