

Emri i Lëndës : Komunikim Biznesi							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
IMC 224	C	Pranverë	3.00	0.00	0.00	3.00	5.00
Lektori		Valmora Gogo, PhD					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Bachelor					
Përshkrimi		Lënda e Komunikimit të Biznesit njihet studentët me një spektër të gjerë të teorisë, teknikave dhe praktikave të aplikuara për të arritur një komunikim sa më efektiv në biznes. Kjo lëndë njihet studentët me bazat e shkrimit efektiv të biznesit, ku përfshihen metodat, rregullat dhe protokollet për hartimin e dokumenteve në fushën e biznesit. Gjithashtu gjatë kësaj lënde studentët do të kenë mundësi për t'u njohur me rëndësinë dhe metodat e komunikimit verbal.					
Objektivat		Gjatë këtij kursi synohet që studentët të njihen me teoritë kryesore bashkëkohore në fushën e komunikimit, si dhe të shtjellohen strategjitë e ndjekura në këtë fushë. Lënda ka si objektiva kryesore shtjellimin e koncepteve të komunikimit në biznes si dhe aftësimin e studentëve në njohjen dhe aplikimin e dijeve të përfituara në praktikë. Lënda ka si objektiv aftësimin e studentëve në përgatitjen e materialeve të shkruara, dhe prezantimeve verbale, të cilat përdoren gjerësisht në aktivitetin e përditshëm të biznesit.					
Konceptet Kryesore		1. Komunikim Korporativ 2. Komunikim i Integruar 3. Organizatat e lajmeve 4. Menaxhimi i palëve të interesuara 5. Strategjia e Komunikimit dhe Planifikimi Strategjik 6. Efekti i komunikimit 7. Reputacioni dhe imazhi i korporatës 8. Komunikimi i punonjësve dhe identifikimi organizativ 9. Liderhipi 10. Përgjegjësia Sociale e Korporatave (CSR)					
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Prezantim i lëndës. Diskutim i temave. Përkufizimi i Komunikimit në Biznes. Hyrje, Qëllimet, Prirjet. Joep Cornelissen, “Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice”, 5th edition, Sage, 2017, fq. 1-16						
2	Komunikimi korporativ në Organizatat Bashkëkohore. Komunikimi i integruar dhe organizata. Joep Cornelissen, “Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice”, 5th edition, Sage, 2017, fq. 17-34						
3	Komunikimi korporativ në mjedisin mediatik në ndryshim. Peizazhi i ri mediatik. Mediet sociale, sfidat dhe mundësitë. Joep Cornelissen, “Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice”, 5th edition, Sage, 2017, fq. 36-56						
4	Menaxhimi i palëve të interesuara dhe Komunikimi. Angazhimi, menaxhimi dhe komunikimi i palëve. Joep Cornelissen, “Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice”, 5th edition, Sage, 2017, fq. 59-82						
5	Identiteti i Korporatës, Marka dhe Reputacioni i Korporatës. Përshtatja e identitetit, imazhit dhe reputacionit. Joep Cornelissen, “Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice”, 5th edition, Sage, 2017, fq. 84-105						
6	Komunikimi i Biznesit në Praktikë. Strategjia e Komunikimit dhe Planifikimi Strategjik. Zhvillimi i një strategjie të komunikimit. Mesazhi Strategjik dhe platformat e përmbajtjes. Planifikimi dhe ekzekutimi i programeve të komunikimit dhe fushatat. Joep Cornelissen, “Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice”, 5th edition, Sage, 2017, fq. 107-131						

7	Kërkimi dhe Matja. Kërkimi dhe Vlerësimi. Metodën. Matja e reputacionit të korporatës. Teoritë në matjet e efektit të komunikimit. Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2017, fq. 132-151
8	Provimi gjysmë final
9	Marrëdhëniet me Mediet. Gazetaria dhe organizatat e lajmeve. Efekti i mbulimit të lajmeve në reputacionin e korporatës. Historitë e lajmeve. Vizitë në redaksi mediatike. Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2017, fq. 153-172
10	Përcaktimi i komunikimit të punonjësve. Komunikimi i punonjësve dhe identifikimi organizativ. Zëri, heshtja dhe stimulimi i pjesëmarrjes së punonjësve. Media sociale, rrjetet dhe komunitetet e praktikës. Vizitë në organizatë biznesi. Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2017, fq. 172-190
11	Menaxhimi i çështjeve. Përkufizimi i çështjeve. Influcimi i politikave publike, Aktivizmi anti-korporatë Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2017, fq. 191-210
12	Komunikimi i Krizave. Përcaktimi i krizës. Menaxhimi i krizave. Ndikimi i një krize në reputacionin e korporatave. Komunikimi për një krizë. Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2017, fq. 210-226
13	Udhëheqja dhe komunikimi i ndryshimit. Përcaktimi i lidershipit dhe ndryshimi. Komunikimi gjatë një ndryshimi. Komunikim efektiv i drejtuesit. Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2017, fq. 229-250
14	Përgjegjësia Sociale e Korporatave (CSR) dhe Marrëdhëniet me Komunitetin. Përcaktimi i përgjegjësisë shoqërore të korporatave. Marrëdhëniet me komunitetin. Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2017, fq. 252-269
15	Prezantim Projekti
16	Final Exam
Parakushtet Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.	
Literatura • Joep Cornelissen, "Corporate Communication-A Guide to Theory and Practice", 5th edition, Sage, 2020 • 21 Days of Effective Communication: Everyday Habits and Exercises to Improve Your Communication Skills and Social Intelligence (Master Your Communication and Social Skills), Ian Tuhovsky, 2018	
Referenca të tjera • Guffey, Mary Ellen, "Essentials of Business Communication (6th Canadian Edition). Toronto, Ontario: Nelson, 2009 • Mary Ellen Guffey's "Business Communication: Process & Product", 7th Edition	
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat	
1	Të aplikojnë strategjitë e komunikimit të biznesit dhe parimet bazë për të përgatitur komunikim efektiv në kontekstin e brendshëm dhe të jashtëm të biznesit.
2	Studentët janë në gjendje të shfrytëzojnë aftësitë analitike në zgjidhjen e problemeve të komunikimit të biznesit.
3	Studentët mund të konceptojnë, hartojnë dhe analizojnë materiale të shkruara dhe prezantime verbale për nevojat e aktivitetit të biznesit.

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	30	
Kuize	0	0	
Projekte	1	20	
Projekte semestrale	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	10	10
Gjysmë finale	1	10	10
Provimi final	1	15	15
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			125
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			5.00
ECTS			5.00