

Emri i Lëndës : Media Sociale							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
MUL 213	B	Vjeshtë	2.00	0.00	0.00	1.50	3.00
Lektori		Nevila Samarxhi, Msc					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Program Profesional 2-Vjeçar					
Përshkrimi		Në këtë kurs studentët do të kuptojnë se si funksionin media sociale, teknologjia dixhitale apo rrjetet sociale, gjithashtu do të zhvillojnë një sens kritik për përdorimin e tyre. Duke marrë njohuri mbi realitetin virtual, ata do të aftësohen edhe për menaxhimin e aspekteve profesionale dhe etike që lindin nga kjo marrëdhënie e re e ndërmjetësuar, që përdorin njerëzit për komunikimin ndërpersonal dhe masive, në epokën e internetit.					
Objektivat		Synimet që tentohet të arrihen nëpërmjet ofrimit të kësaj discipline studimi janë: njohja e termave dhe mekanizmave se si funksionon media sociale, identifikimi i problematikave me të cilat përballen menaxhuesit e faqeve, shmagia e problemeve etike dhe zbutja e pabarazie apo e konflikteve të ndryshme që mund të lindin nga komunikimi nëpërmjet mediave sociale.					
Konceptet Kryesore		1. Kuptimi dhe natyra e mediave sociale 2. Rrjetet sociale dhe ndërveprimi 3. Strategjia e komunikimit në mediat sociale 4. Analitika dhe matja e suksesit 5. Psikologjia e përdoruesve dhe ndikimi shoqëror 6. Mediat sociale në marketing dhe biznes					
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Çfarë është media sociale? Studime akademike mbi median sociale. Në këtë leksion studentët do të orientohen në këtë fushë studimin, duke u njohur me termat bazë të saj dhe drejtimet e studimeve të realizuara mbi këtë subjekt. Diskutohen koncepti, historia dhe evolucioni i mediave sociale						
2	Qasjet dhe metodat e studimit të mediave sociale. Kushte e reja teknologjike kanë imponuar jo vetëm objekte të reja studimi, dhe fusha të reja kërkimi shkencor, por edhe metoda që aplikohen së pari në hulumtim. Shpjegohen kategoritë e ndryshme: rrjete shoqërore, platforma vizuale, microblogging dhe video-sharing. Analizohet roli i secilës kategori në komunikim dhe marrëdhënie me audiencën.						
3	Edukimi mediatik i të rinjve mbi mediat social, përdorimi, funksionet dhe efektet e tyre. Diskutohen llojet e përmbajtjes: tekst, imazh, video, audio dhe animacion. Studentët mësojnë parimet e krijimit të përmbajtjeve tërheqëse dhe efektive. Detyrë Teorike: krijimi i një postimi të thjeshtë për një platformë sociale						
4	Marrëdhëniet njerëzore “Online” dhe “Offline” Komunikikmi i ndërmjetësuar është shoqëruar edhe me elemente të reja zinxhirit komunikativ. Hyrje në planifikimin e fushatave dhe kalendarëve editorialë. Studentët zhvillojnë një plan komunikimi për një javë për një markë ose projekt të caktuar. Rëndësia e koherencës mes mesazheve.						
5	Trajtimi i koncepteve të parabarazisë dhe politikat e mediave sociale. Komunikimi në kohë reale, me video dhe audio ka nxjerrë në pah dhe i ka theksuar edhe diferencat e kushteve dhe të mënyrave të jetesës, brenda një shoqërie, apo ndërmjet shoqërive të ndryshme, duke vënë në pozitë e përpara përgjegjësisë, jo pak herë politikata sociale të aplikuar në shtete të caktuara. Edhe cilësia dhe sasia e furnizimit me internet, si dhe aksesimi në motorë kërkimi e rrjete të caktuara flet për nivelin e pabarazisë sociale në vende të ndryshme të globit.						

6	Imazhet vizuale dhe individualizmi. Trajtesat filozofike të sjelljeve online, kanë marrë në konsideratë prirjet e theksuara drejt individualizimit, të reflektuara më tej edhe në marrëdhëniet e tjera njerëzore. Modeli klasik komunikativ dhe të sjelljeve sociale të individit të ndikuar nga imazhet që ndjek me mediat audiovizive e sociale.
7	A na bën më të lumtur media sociale? Përdorimi masiv i mediave sociale ka patur ndikim edhe në ndjesitë e përgjithshme të popullatës. Zvogëlimi dhe deri në zhdukjen e distancave ka lehtësuar shumë aktivitete, por a na bën më të lumtur kjo situatë e re komunikative? Cilat janë pasojat në psikologjinë kolektive? Për këto detaje do të diskutohet në këtë temë leksioni.
8	Provimi gjysmë final
9	Shpjegim mbi fuqinë e tregimit dhe strukturën e një narrativi për mediat sociale. Studentët hartojnë një mini-storyboard për një kampanjë të shkurtër. Diskutohet përdorimi i imazheve, videove dhe gif-eve për të përforcuar mesazhin.
10	Stereotipizimi i përdoruesit të medias sociale dhe përmbajtja e përshtatur me përdoruesin. Studimet e thelluara të viteve të fundit kanë arritur të bëjnë edhe një “identikit” të përdoruesve të media, duke studiuar preferencat e grupmoshave dhe të shtresave të ndryshme shoqërore, fashat orare të përdorimit të tyre etj. Ky lloj stereotipizimi ka bërë që mediat sociale të përshtatin dhe përditësojnë edhe programacion dhe ofertat e tyre.
11	Rregullimet e etike të parashikuara në kodet e kombëtare apo të brendshme të mediave sociale. Shfaqja dhe përdorimi masiv i mediave sociale ka ndikuar edhe në parashikimet dhe rregullimet e kodeve të brendshme mediatike, në nivel kombëtar apo privat, duke u përshtatur njëkohësisht edhe me kërkesat që imponon niveli i aplikimit dhe i respektimit të të drejtave të autorit.
12	Shërbimet që ofrohen në mediat sociale. Edhe pse interneti mund të konsiderohet si një e mirë e palimituar, sipas disa këndvështrimeve, numri dhe niveli i shërbimeve që ai ofron në mediat sociale është i limituar dhe i përshtatshëm me kërkesat e copyright-it. Në këtë leksion do të diskutohet për këta limite dhe mundësinë e aplikimeve.
13	Ndikimet dhe çështjet që lidhen me teknologjinë. Mediat sociale nuk kanë patur që në fillim të njëjtën përhapje dhe përdorim, e po ashtu edhe përmbajtja ka qenë e ndryshme. Zhvillimet teknologjike kanë ndikuar edhe në elementet e përmbajtjes dhe në mënyrat se si këto media i qasen përdoruesve.
14	Si ndryshojnë termat e përdorimit dhe të tjera çështje teknike, sipas sjelljeve të përdoruesve të medias sociale. Elemente të reja u shtohen vazhdimisht mediave të reja, sipas që u bëhen tregut të ideve të hedhura në të dhe prirjeve të përdorimit. Si të kuptojnë dhe vlerësojnë rëndësinë që marrin çështjet teknike në nivelet dhe mënyrat e përdorimit të mediave sociale.
15	E ardhmja e medias sociale. Në përmbyllje të këtij cikli leksionesh, do të trajtohen përfaqesat teorike dhe hipotezat që lidhen me të ardhmen e përdorimit të mediave sociale, nivelin e përdorimit, efektet që priten të kenë, qasjet drejt përdoruesit etj.
16	Provimi Final
Parakushtet Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.	
Literatura • Daniel Miller etc., (2016): How the World Changed Social Media, UCL Press.	
Referenca të tjera • Razvan Nicolescu (2016): Social Media in Southeast Italy, Crafting Ideals, UCL Press	
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat	
1	Në përfundim të kësaj lënde studentët do të jenë në gjendje të njohin konceptet që lidhen me mediat sociale
2	Studentët do të përvetësojnë njohuri mbi rolin e mediave sociale dhe ekonomizimin e tyre.
3	Studentët do të jenë të aftë të aplikojnë njohuritë e marra rreth mediave sociale, mediave online, algoritmeve, të dhënave dhe mediave digjitale.

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	30	
Kuize	1	10	
Projekte	0	0	
Projekte semestrale	0	0	
Punë laborator	0	0	
Pjesëmarrja në mësim	1	10	
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			50
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			50
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	2	32
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	3	42
Detyra	0	0	0
Gjysmë finale	1	0	0
Provimi final	1	1	1
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			75
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			3.00
ECTS			3.00