



**REPUBLIKA E SHQIPËRISË
UNIVERSITETI I TIRANËS
FAKULTETI I GJUHËVE TË HUAJA
PROGRAMI I LËNDËS**

KOMUNIKIM DIGJITAL DHE MEDIATIK

Ngarkesa: 6 ECTS | 60 orë mësimore | 15 orë leksion | 45 orë seminar

Viti akademik / semestri kur zhvillohet: Viti II, Semestri I

Lloji i lëndës: E detyrueshme

Programi i studimit: Master Profesional në “Komunikim Administrativ (në Institucione dhe Ndërmarrje)”

Kodi i etikës: Të gjitha veprimtaritë akademike në këtë lëndë zhvillohen në përputhje me Kodin e Etikës së UT-së, veçanërisht Nenet (4, 6, 7, 9)

PËRMBLEDHJE E LËNDËS:

Në një mjedis administrativ dhe institucional që zhvillohet gjithnjë e më shumë në formate digjitale, lënda “Komunikim digjital dhe mediatik” synon të përgatisë studentët me njohuri teorike dhe aftësi praktike mbi përdorimin strategjik të mjeteve dhe platformave të komunikimit elektronik. Kursi trajton mënyrën sesi organizatat moderne ndërveprojnë me qytetarët, klientët dhe publikun përmes kanaleve online, duke përfshirë rrjetet sociale, platformat institucionale dhe formatin multimedial. Theksi vihet tek komunikimi efektiv, ndërveprimi në kohë reale, krijimi dhe menaxhimi i përmbajtjes digjitale, si dhe ndërtimi i imazhit institucional në mjedise virtuale. Nëpërmjet ushtrimeve praktike, diskutimeve analitike dhe rasteve konkrete, studentët do të zhvillojnë kompetenca që u mundësojnë të menaxhojnë komunikimin institucional në mënyrë etike, efikase dhe të përshtatshme për kërkesat e tregut të sotëm.

REZULTATET E TË NXËNIT:

Në përfundim të lëndës, studenti do të jetë në gjendje të:

1. Përdorë në mënyrë funksionale dhe të ndërgjegjshme mjetet kryesore të komunikimit elektronik (email profesional, platforma bashkëpunimi, mesazhe të çastit, buletine digjitale).
2. Aplikojë strategji të qarta për përmirësimin e komunikimit me klientët, qytetarët apo partnerët institucionalë përmes kanaleve digjitale.
3. Krijojë, strukturojë dhe menaxhojë përmbajtje online të përshtatura për platformat institucionale dhe rrjetet sociale.
4. Risë praninë dhe dukshmërinë digjitale të një institucioni apo ndërmarrjeje duke përdorur teknika të thjeshta të optimizimit të përmbajtjes (SEO bazik, publikime të sinkronizuara, etj.).
5. Analizojë dhe zbatojë strategji për të përmirësuar ndërveprimin dhe shikueshmërinë në internet në përputhje me objektivat e komunikimit publik.
6. Menaxhojë në mënyrë efektive reagimet dhe komentet e përdoruesve në platforma të ndryshme online, duke respektuar etikën institucionale.