



REPUBLIKA E SHQIPËRISË  
UNIVERSITETI I TIRANËS  
FAKULTETI I HISTORISË DHE I FILOLOGJISË  
DEPARTAMENTI I GAZETARISË DHE KOMUNIKIMIT



Programi: **Bachelor**

Drejtimi: **Gazetari**

**Lënda: RAPORTIMI I BIZNESIT**

<i>Pedagogu:</i>	Ma. Loreta ZELA (AXHAMI)
<i>Ngarkesa:</i>	2 ETCS (15 javë: 1.5 leksione në javë)
<i>Lloji i lëndës:</i>	e detyrueshme
<i>Viti/semestri:</i>	II/I

**Përshkrimi:** Lënda synon të pajisë studentët me njohuritë e nevojshme mbi raportimin e biznesit, veçoritë si dhe specifikat që shfaqen në tregun shqiptar. Gjithashtu rëndësi të veçantë lënda do t'i kushtojë studimit dhe funksionimit të vetë medias si biznes. Për shkak se raportimi i biznesit përfshin shumë tematika lënda synon t'ju vijë në ndihmë gazetarëve të ardhshëm që të raportojnë me profesionalizëm në një fushë të nënraportuar në median shqiptare siç është biznesi. Synohet që pas përfundimit të lëndës, studentët të thellojnë aftësitë analitike në kuptimin dhe mbulimin e lajmit të biznesit në vecanti dhe ekonomik në tërësi.

**Temat e leksioneve:**

1. Hyrje. Rëndësia e studimit të biznesit, si ka evoluar raportimi i biznesit.
2. Ekonomia e firmës. Drejtimi i biznesit: organizimi i firmës.
3. Shitjet dhe marketingu.
4. Leximi dhe pasqyrimi i deklaratave financiare.
5. Raportimi i biznesit në qytetin tuaj.
6. Raportimi i biznesit ndërkombëtar.
7. Raportimi rreth kompanive publike dhe private.
8. Burimet e internetit për gazetarët e biznesit. Si të përdorni të dhënat elektronike për të shkruar lajme mbi kompanitë.
9. Burimet njerëzore: Si t'i bëni të flasin.
10. Gazetaria e biznesit në televizor. Si të bëni intervista televizive drejtpërsëdrejti.
11. Gazetaria online.
12. Etika në gazetarinë e biznesit.
13. Raportimi për tregun e punës – përtej njoftimeve për vende pune. Raportimi për tregun e punës si model biznesi. Logjika e biznesit që lidhet me raportim për tregun e punës. Disa modele perëndimore dhe rajonale të raportimit për tregun e punës.
14. Industria e medias dhe veçoritë e saj. Struktura e industrisë dhe strategjia e korporatës. Krijimi i konglomerateve mediatike. Prijet strukturore në industrinë e medias; rritja, integrimi, përqendrimi, pronësia, perspektiva e tregut, etj.
15. Menaxhimi dhe marketimi redaksional. Neglizhimi i interesit publik. Si strategjia e biznesit formëson përmbajtjen e medias.

**Forma e kontrollit dhe vlerësimit**

- Detyrim frekuentimi në:75% të lëndës	
- Angazhimi në orët mësimore:	10% e notës
- Provim i ndërmjetëm: në javën e 7-të	20% e notës
- Detyra e kursit: lajm biznesi:	20% e notës
- Kontrolli përfundimtar: provim me shkrim	50% e notës
- Gjithsej:	100%

**Literatura e detyrueshme për studentin:**

- 1.T. Thomson, *Të shkruash për biznesin*, TCJE, Tiranë, 2014.
2. S. Russmohl, *Gazetaria*, shtypur në shtypshkronjën Natyra, Tiranë.
- 3.G. Doyle, *Ekonomia e medias*, Papirus, Tiranë, 2015

**Literatura plotësuese:**

1. C. Roush, *Show me the Money: Writing Business and Economics Stories for Mass Communication*, Lawrence Erlbaum Associates, 2004.
2. Instituti i Bankës Botërore, *E drejta për të treguar. Roli i Massmedias në Zhvillimin e Ekonomisë*, Botim i Institutit Shqiptar të Medias, 2003.
- 3.A. Fuga, *Komunikimi në shoqërinë massive*, Papirus, Tiranë, 2014.
4. D. Croteau & Ë. Hoynes, *The business of Media-Corporate & the public interest*, Pine Forge Press. A Sage Publications Company, 2006.
5. B. Bagdikan, *The New Media Monopoly*, Beacon Press, 2004.
6. *Mediat në demokratizim*, Tiranë, 2015.