

SYLLABUS I LËNDËS

| Të dhëna bazike të lëndës | |
|--|---|
| Njësia akademike: | Fakulteti Ekonomik Departamenti: Marketing |
| Titulli i lëndës: | Menaxhimi i brendit |
| Niveli: | BACHELOR |
| Statusi lëndës: | Zgjedhore |
| Viti i studimeve: | III semestri 5 |
| Numri i orëve në javë: | 2+1 |
| Vlera në kredi – ECTS: | 4 |
| Koha / lokacioni: | |
| Mësimdhënësi i lëndës: | Ejup FEJZA |
| Detajat kontaktuese: | Ejup.fejza@uni-pr.edu |
| Përshkrimi i lëndës | |
| | <p>Përcaktimi i i drejtë i rolit të markës në ndërmarrje, për produkte dhe shërbime, është një prej detyrave me të rëndësishme të menaxhimit dhe të marketingut. Reputacioni i një ndërmarrje varet nga ajo se sa e fortë është marka e një produkti ose shërbime, sa lidhet ajo me emrin e ndërmarrjes, dhe sa është e fortë edhe marka e vet ndërmarrjes. Si komunikon marka me tregun dhe si nderlidhet ajo me produktet ose shërbimet e ndërmarrjes është një sfidë e cila kërkon sqarime dhe shembuj nga më të ndryshmit nëp mënyrë që studentëve t’u ofrohet një pasqyrë e saktë lidhur me markën dhe rolin e saj në ndërmarrjet e sotme, me orientim tradicional marketingu ose në ndërmarrjet dixhitale</p> |
| Qëllimet e lëndës dhe metodologjia: | <p>Kjo lende ka synim kryesor të pajisë studentet me njohuritë e nevojshme që lidhen me menaxhimin e markes. Programi është konceptuar në mënyrë që studentet të marrin njohuri të thelluara në drejtim të markes si një koncept bashkohor. Kjo lende bën një përshkrim të plotë të evoluimit të konceptit të markes, metodave për analizën e markes, krijimin e markes, rritjen e markes dhe menaxhimin e saj. Programi mbulon të gjithë komponentet thelbësore të menaxhimit të markes.</p> |

Universiteti i Prishtinës “ Hasan Prishtina”

| | |
|---|---|
| Rezultatet e pritura të nxënies: | <p>Pas përfundimit të ligjëratave nga kjo lëndë, studentët do të jenë në gjendje që të:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Te kuptojnë marken si nje nga asetet me te vlefshme te nje biznesi • Te zhvillojnë marken si element kryesor ne komunikimin me klientet • Te menaxhojnë marken per te diferencuar dhe pozicionuar kompanine ne treg • Nepermjet menaxhimit te markes mund te krijojnë rritje ne performancen e biznesit • Analizoj anët e mira dhe dobësitë eventuale të markës dhe rolit të saj në krijim të reputacionit të ndërmarrjes |
|---|---|

| | | | |
|--|------------|------------------|-----------------|
| | | | |
| | | | |
| Kontributi në ngarkesën e studentit | | | |
| | | | |
| Aktiviteti | Orë | Ditë/javë | Gjithsej |
| Ligjërata | 2 | 15 | 30 |
| Ushtrime | 1 | 15 | 15 |
| Punë praktike | | | |
| Kontaktet me mësimdhënësin | 4 | | 4 |
| Ushtrime në teren | | | |
| Kollokviume | 2 | 2 | 4 |
| Detyra të shtëpisë | | | |
| Koha e studimit vetanak të studentit | 30 | | 30 |
| Projektet, prezantimet | 1 | 15 | 15 |
| Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provimi) | 1 | 2 | 2 |
| Totali | | | 100 |

| | |
|---------------------|--|
| | |
| Metodologjia | <p>Pjesa teorike e mësimet do të përcillet me pjesën praktike. Studentëve do t'u kërkohet që të punojnë në grupe (jo më shumë se 3 në një grup) duke simuluar menaxhimin e markës për një ndërmarrje të improvizuar, me qëllimin kryesor që ata të jenë në gjendje të ndjejnë nga afër, duke punuar së bashku, procesin e menaxhimit të markës për atë ndërmarrje.</p> |

Universiteti i Prishtinës “ Hasan Prishtina”

| | |
|---|---|
| Metodat e vlerësimit: | <ul style="list-style-type: none"> • Vijueshmëria- deri në 5 % • Punimi seminarik me prezantim- deri në 15% • Provimi përfundimtar- deri në 80% |
| Literatura | |
| Literatura bazë: | <ul style="list-style-type: none"> • Panajoti, Hysi, Vjollca, 2016, Menaxhimi i Markës, Tiranë |
| Literatura shtesë: | <p>Brand Management: Research (2009), Theory and Practice, Tilde Heding, Charlotte F. Knudtzen, Mogens Bjerre</p> <p>Brand Management (2006) Lessons from real world marketing, Mainak Dhar,</p> <p>Understanding Brands, Peter Cheverton</p> |
| Plani i dizajnuar i mësimit: | |
| Java | Temat mësimore |
| Java e parë: | Kapitulli 1. Markat, Marketingu dhe mjedisi i biznesit |
| Java e dytë: | Kapitulli 2. Konfigurimi i markes |
| Java e tretë: | Kapitulli 3. Markimi sherbimit, shitjes me pakice dhe tregut |
| Java e katërt: | Kapitulli 4. Komunikimi i markes |
| Java e pestë: | Kapitulli 5. Komunikimi virtual i markes |
| Java e gjashtë: | Kapitulli 6. Pozicionimi i markes |
| Java e shtatë: | Tema: Vlerësimi i parë semestral |
| Java e tetë: | Kapitulli 7. Njohja e dimensioneve te markes: |
| Java e nëntë: | Kapitulli 8. Dimensionet emocionale te marke |
| Java e dhjetë: | Kapitulli 9. Mbrojtja legale e markes |
| Java e njëmbëdhjetë: | Kapitulli 10. Asetet financiare |
| Java e dymbëdhjetë: | Kapitulli 11. Planifikimi i markes |
| Java e trembëdhjetë: | Kapitulli 12. Kerkimi i sjelljes konsumatore |
| Java e katërbëdhjetë: | Kapitulli 13. Perspektiva e markes |
| Java e pesëmbëdhjetë: | Tema: Vlerësimi i dytë semestral |
| Politikat akademike dhe rregullat e sjelljes | |

Pjesëmarrja në ligjërata dhe ushtrime është e obligueshme. Studentët inkurajohen që gjithmonë të kërkojnë sqarime gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve. Mësimdhënësi do të jetë në dispozicion për sqarime shitesë dhe konsultime të studentëve. Studentët kanë për obligim që pas çdo ligjërate të lexojnë së paku literaturën që ju është caktuar dhe të kryejnë detyrat dhe esetë që do t’u jepen. Studentët nuk janë të obliguar tu nënshtrohen vlerësimeve gjatë semestrit. Studentët inkurajohen të përcjellin diskutimet në media dhe të hapin diskutime lidhur me to. Studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat studimore. Duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në ligjerata. Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e ID kartelës në teste dhe provim. Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet t’i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.

Telefonat mobil/të mençur dhe pajisjet tjera elektronike (p.sh. iPod-ët) duhet të fikën (apo të kurdisen në vibrim) dhe të mos ekspozohen gjatë orëve të mësimit. Ngrënia e ushqimit nuk lejohet gjatë mësimit, kurse uji dhe lengjet tjera joalkoolike janë të lejuara.