

## Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Menaxhimi i Strategjive te Marketingut
Niveli:	Master
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	I-rë
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi – ECTS:	8
Koha / lokacioni:	Percaktohet nga Dekanati
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Dr. Nail Reshidi
Detajet kontaktuese:	nailreshidi@yahoo.com
Përshkrimi i lëndës:	
	Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohurit themelore nga Menaxhim i i strategjive te marketingut.
Qëllimet e lëndës:	
	<p>Mësimi i lëndës te MSM, studentëve do t'ju mundesoje qe te:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Kuptojne rendesine e MSM ne ekonomine e tregut ;</li> <li>→ Kuptojne noicionin MSM,</li> <li>→ Studiojne raportin e Marketingut dhe strategjise,</li> <li>→ Perdorin SWOT analizen,</li> <li>→ Zgjedhjen e strategjive te marketingut,</li> <li>→ Planifikojne strategjite konkurruese te marketingut,</li> <li>→ Shfrytezojne STP per pozicionim ne treg;</li> <li>→ Njohin strategjite luftareake te marketingut dhe te</li> <li>→ Implementojne dhe vleresojne strategjite e marketingut</li> </ul>
Rezultatet e pritura të nxënies:	
	<p>Me kompletimin e këtij moduli, studentët do të jenë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Zgjedhjen e strategjive te marketingut,</li> <li>*Planifikojne strategjite konkurruese te marketingut,</li> </ul>

	*Shfrytezojne STP per pozicionim ne treg; *Njohin strategjite luftareake te marketingut dhe te *Implementojne dhe vleresojne strategjite e marketingut.		
<b>• Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxëniet të studentit)</b>			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	3	15	45
Ushtrime teorike/laboratorike			
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	15	15
Ushtrime në teren			
Kollokfieme,seminare			
Detyra të shtëpisë	1	10	10
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	8	15	120
Përgaditja përfundimtare për provim			
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezentimet ,etj	2	5	10
<b>Totali</b>			<b>200</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	<p>Metodat e mësimit në lëndën e MSM përfshijn vepramtarin e ngjeshur të pedagogot dhe të studentit sepse ato nuk janë vetëm mjete i transmetimi të dijeve nga pedagogu te studenti por ato kërkojnë edhe një pjesmarje më aktive në procesin e të mësuarit. Metodat bazë që i përdori në realizimin e programit të lëndës janë: metoda e analizës së fenomeneve, metoda e shpjegimit (metoda monologut), metoda e bashkëbisedimit (biseda të përsëritjes, biseda përforcuese) dhe metoda ilustrative demonstruese.</p> <p>Procesi mesimor do te mbeshitet ne keto parime kryesore:</p> <p><i>Parimi i qasjes integrale dhe ineraktive,</i>  <i>parimi i lidhjes së teorisë me praktikën.</i>  <i>parimi i impementimit te dijes se fituar,</i>  <i>parimi i qasjes sistemore dhe</i>  <i>parimi kreativ.</i></p>		
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollokviumi i parë: 25%</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollokviumi i dytë: 25%</li> <li>• Pjesëmarrja aktive në ligjërata dhe ushtrime 10%</li> <li>• <b>Provimi final:</b> 40%</li> </ul>
<b>Literatura</b>	
<b>Literatura bazë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liljana Elmazi: Strategji Marketingu: Tirane 2010;</li> <li>▪ Bardhyl Ceku: Drejtim marketingu, Tirane 2010</li> <li>▪ Nail Reshidi: Ligjerata te autorizuara; Prishtine 2011</li> </ul>
<b>Literatura shtesë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andew Whalley: Strategic marketing. 2010</li> <li>▪ Koteler and Keller: Marketing Management , 12 e</li> </ul>
<b>Plani i dizajnuar i mësimit:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjerata që do të zhvillohet</b>
<i>Java e parë:</i>	Procesi I menaxhimit te strategjive te marketingut,
<i>Java e dytë:</i>	<b>Roli I strategjive te marketingut</b>
<i>Java e tretë:</i>	Ceshte strategjia e marketingut
<i>Java e katërt:</i>	Dimenzionet e strategjive te marketingut
<i>Java e pestë:</i>	Misioni dhe objektivat e strategjive te marketingut
<i>Java e gjashtë:</i>	Tregu dhe analiza e mjedisit afarist- Pestel analiza
<i>Java e shtatë:</i>	STP – Strategjia e segmentimit, tregut cak dhe pozicionimit
<i>Java e tetë:</i>	Formulimi i strategjive te marketingut Modelet – BCG Strategjite e bazuara ne Produkte/ tregje Perparesite dhe dobesite e BCG – it Strategjite konkurruese te Porterit
<i>Java e nëntë:</i>	Strategjite luftarake te marketingut
<i>Java e dhjetë:</i>	Implementimi dhe evaluimi i Strategjive te marketingut

<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat shkollore;</li> <li>• Duhet të respektojë orarin e ligjëratave , ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në orën mësimore;</li> <li>• Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e indeksit në teste dhe provim;</li> <li>• Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet ti përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësime dhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.</li> </ul>	