

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Falulteti Ekonomik		
Titulli i lëndës:	Marketingu B2B		
Niveli:	Bachelor		
Statusi lëndës:	Zgjedhore		
Viti i studimeve:	II		
Numri i orëve në javë:	2+1		
Vlera në kredi – ECTS:	5		
Koha / lokacioni:	Premte, ora 10, salla 6		
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof.asoc.Dr.Fatos Ukaj		
Detajet kontaktuese:	fatos.ukaj@uni-pr.edu		
Përshkrimi i lëndës			
	Lënda Marketingu B2B e njohur edhe si Marketingu Industrial, do të zbërthet duke ju mundësuar studentëve njohjen me bazamentin teorik dhe praktik të njohurive më të reja rreth konceptit të marketingut. Njohurit themelore për analizën , planifikimin, organizimin, menaxhimin dhe kontrollin e aktiviteteve të marketingut në biznesin Industrial në praktikë. Njohja për rendësin e aplikimit të konceptit të marketingut në biznes, dhe rolin e Marketingut në ngritjen e imazhit të Biznesit,		
Qëllimet e lëndës:			
	Qëllimi i lëndës është njohja e studentëve me biznesin Industrial (B2B)si fenomen bashkëkohor shoqëror dhe ekonomik. Arritja e njohurive për rolin e Marketingut B2B, dhe elementeve themelore te tij ne zhvillimin e biznesit në lëmin e Industrisë. Përvetësimi i këtij programi mësimor, ju mundëson studentëve të përfitojnë në ngritjen e aftësive të tyre për studimet e mëtejme në Fakultetin Ekonomik te UP-se.		
Rezultatet e pritura të nxënies:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi i parimeve themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon marketingu B2B ne biznesin Industrial. • Kuptimi i ndërveprimit të industrisë me veprimtaritë tjera te ekonomisë. • Mënyrën bashkëkohore të marketingut në tregun Industrial dhe në përgjithësi në tregun Biznesor. • Do te jete në gjendje të projekton një plan për marketingun e biznesit, • Do të jetë në gjendje që të zhvillon aktivitetin e Marketingut të ndërmarrjeve në mënyrë të pavarur. 		
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxëniet të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet			
Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare	2		2

Detyra të shtëpisë	8		8																												
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	4	15	60																												
Përgaditja përfundimtare për provim																															
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)																															
Projektet,prezentimet ,etj	10		10																												
Totali			125																												
Metodologjia e mësimdhënies:																															
	<ul style="list-style-type: none"> • Ligjërata interaktive të ilustruara me prezantime në power point, • seminare, debate dhe pune grupore rreth qeshtjeve specifike(analiza dhe diskutime) • pune interaktive, pune grupore, mësim duke punuar dhe përsëritur. 																														
Metodat e vlerësimit:																															
	<table border="0"> <thead> <tr> <th></th> <th><u>Studentet e rregullt</u></th> <th colspan="2"><u>Studentet me korospodenc</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>Seminari</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Prezantimet-detyrat:</td> <td>15%</td> <td>Detyra</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Vlerësimi –Testi</td> <td>25%</td> <td>Provimi final</td> <td><u>80%</u></td> </tr> <tr> <td>Angazhime tjera</td> <td>10%</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Provimi final</td> <td><u>50%</u></td> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				<u>Studentet e rregullt</u>	<u>Studentet me korospodenc</u>				Seminari	10%	Prezantimet-detyrat:	15%	Detyra	10%	Vlerësimi –Testi	25%	Provimi final	<u>80%</u>	Angazhime tjera	10%			Provimi final	<u>50%</u>	Total	100%	Total	100%		
	<u>Studentet e rregullt</u>	<u>Studentet me korospodenc</u>																													
		Seminari	10%																												
Prezantimet-detyrat:	15%	Detyra	10%																												
Vlerësimi –Testi	25%	Provimi final	<u>80%</u>																												
Angazhime tjera	10%																														
Provimi final	<u>50%</u>	Total	100%																												
Total	100%																														
Literatura																															
	Prof.Dr.Fatos Ukaj, Menaxhimi i Marketingut Industrial, Dispensa, Prishtine, 2013.																														
Literatura shtesë:	<p>- Bob Bly, 2013, The Business-to-Business Marketing handbook, Center for technical Communication, New York.</p> <p>- Ph. Kotler, & G. Armstrong, 2013, "Parimet e Marketingut, Botimi i 13te, UETPRESS.</p> <p>- Prof. Fatos Ukaj, <i>Hyrje ne Marketing</i>, UVE, Peje, 2014.</p> <p>- Philip Kotler & Kevin Lane 2. Keller, 2006, <i>Marketing Management</i>, Twelfth ed. Pearson Prentice - Hall, New Jersey,</p> <p>- John Westwood, 2011, <i>Marketing you business</i>. Kogan Page,</p> <p>- Fatos Ukaj, The Role and Importance of Brand in the Marketing of Small and Medium-Sized Enterprises in Kosovo, <i>International Journal of Marketing Studies</i>, 2016, vol. 8, issue 6, 52-57. http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/64340/34618</p> <p>Fatos Ukaj, Organizing a marketing function in SME in Kosovo <i>Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences</i>, 2016, Volume 2 Issue 1 Pages 219-224. http://iipcccl.org/wp-content/uploads/2016/03/219-224.pdf</p>																														
Plani i dizajnuar i mësimit:																															
Java	Ligjerata që do të zhvillohet																														
Java e parë:	Tema: Marketingu B2B- Hyrje ne Tregun Biznesor,																														
Java e dytë:	Tema: Marketingu Industrial,																														

Java e tretë:	Tema: Mjedisi i Marketingut Biznesor,
Java e katërt:	Tema: Tregu Industrial dhe Politika e Çmimeve
Java e pestë:	Tema: Tregu i mallrave të konsumit prodhues,
Java e gjashtë:	Tema: Nocioni i Çmimeve dhe llojet e çmimeve të mallrave të konsumit prodhues,
Java e shtatë:	Tema: Vlerësimi i intermediar Zhvillimi teknologjik dhe ekologjia
Java e tetë:	Tema: Sjellja e konsumatorëve në organizate,
Java e nëntë:	Tema: Zhvillimi i produkteve të reja dhe perfeksionimi i produkteve ekzistuese
Java e dhjetë:	Tema: Roli dhe detyrat e shitjes në fushën e marketingut,
Java e njëmbëdhjetë:	Tema: Sjelljet e konsumatorëve dhe marrja e vendimit për blerje,
Java e dymbëdhjetë:	Tema: Menaxhimi i Logjistikës së distribucionit
Java e trembëdhjetë:	Tema: Promocioni Interbiznesor,
Java e katërmëdhjetë:	Tema: Strategjia e menaxhimit të cilësisë,
Java e pesëmbëdhjetë:	Tema: Marketingu i drejtpërdrejt B2B,

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