

**Formular për SYLLABUS të Lëndës**

<b>Të dhëna bazike të lëndës</b>			
<b>Njësia akademike:</b>	Departamenti i Marketingut, Fakulteti Ekonomik		
<b>Titulli i lëndës:</b>	e-Marketing		
<b>Niveli:</b>	Bachelor		
<b>Statusi lëndës:</b>	Obligative		
<b>Viti i studimeve:</b>	III		
<b>Numri i orëve në javë:</b>	2+1		
<b>Vlera në kredi – ECTS:</b>	4		
<b>Koha / lokacioni:</b>	Semestri veror, viti akademik 2018-2019, Prishtinë		
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	Hykmete Bajrami, PhD		
<b>Detajet kontaktuese:</b>	Tel: +383 (0) 45 300 351 Email: hykmete.bajrami@uni-pr.edu		
<b>Përshkrimi i lëndës</b>			
	Ne tani jetojmë në një ambient jashtëzakonisht të përparuar në aspektin e komunikimit. Kompanitë e shfrytëzojnë këtë ambient të digjitalizuar për të shitur produktet dhe shërbimet e tyre. e-Marketingu ka për qëllim për të krijuar kërkesë duke shfrytëzuar fuqinë e internetit. Përmes aplikimit të internet marketingut kompania mund të tërheqë më shumë njerëz në faqën e internetit, mund të rrisë numrin e konsumatorëve për biznesin, gjithashtu ndikon në ngritjen e kompanisë në të gjitha aspektet. Lënda shpjegon në detale se si interneti ndryshon elementet marketing miksit online. Cilat janë implikimet e internetit në zhvillimin e markës? Si i zhvillojnë kompanitë strategjitë e çmimeve online? A ka rëndësi vendi – distribuimi në arafizimin online? Si funksionon komunikimi online në mënyrë strategjike dhe shumë tema tjera.		
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohuritë themelore nga e-Marketingu.		
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	Në përfundim të kësaj lënde studentet do të jetë në gjendje që të: Të dine se çka në të vertetë është e-Marketingu. Si ndihmon e-Marketingu që ndërmarrja të ju qaset me shumë konsumatorëve. Si ndikon në rritjen dhe zhvillimin në përgjithësi të ndërmarrjes dhe metodat më efikase të përdorimit të tij.		
<b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxëniet të studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithësej</b>
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15

Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	11	11
Ushtrime në teren			
Kollokfiime,seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	10	20
Përgaditja përfundimtare për provim	2	5	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezantimet ,etj	2	5	10
<b>Totali</b>			<b>100</b>

<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	<p>Çdo javë organizohen dy orë ligjerata dhe një orë ushtrime. Studimet e rasteve dhe detyrat e shtëpisë jepen pas çdo leksioni, për studentët për të studiuar dhe hulumtuar në kohën e tyre. Rezultatet e aktiviteteve të tilla diskutohen më pas në javën e ardhshme. Studentet inkurajohen të ndjekin zhvillimet aktuale në trendet e sjelljes së konsumatoreve dhe të ekonomisë në përgjithësi, përmes leximit të artikujve përkatës, gazetave ekonomike dhe materialeve të tjera. Ata mund të identifikojnë çështjet/temat për diskutime nga këto lexime. Më pas diskutohen esetë e përgatitura nga studentët. Prezantimet individuale dhe grupore gjithashtu inkurajohen.</p> <p>Në veçanti, nxënësve u kërkohet të përgatisin ese të shkurtra dhe prezantime lidhur me sjelljen e konsumatorëve në vend.</p>
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	<p>Për të pasur një vlerësim të drejtë dhe të përshtatshëm të studentëve gjatë gjithë semestrit, nota përfundimtare konsiston në të gjitha pikët që studentët fitojnë në të gjitha aktivitetet gjatë semestrit; në ligjerata, seminare, prezantime, ese etj.</p> <p>Këto llogariten si më poshtë:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Testi i parë 40%</li> <li>- Testi i dytë 40%</li> <li>- Seminare 10%</li> <li>- Aktiviteti 10%</li> <li>Gjithsej 100%</li> </ul> <p>Gjatë vlerësimit merren në konsideratë gjithashtu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretimi i temës,</li> <li>- Thellësia e të kuptuarit të temës,</li> </ul>

	- Përdorimi i literaturës, - Logjika e ndërtimit të argumenteve.
<b>Literatura</b>	
<b>Literatura bazë:</b>	Ligjerata të autorizuara, Dr. Hykmete Bajrami eMarketingu, UDHËZUES THEMELOR I MARKETINGUT NË BOTËN DIGJITALE, Rob Stokes and creative minds of Red and Yellow, libër i përkthyer nga Kujtim Hameli
<b>Literatura shtesë:</b>	<b>Internet Marketing</b> , fourth edition, Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Richard Mayer, Kevin Johnston
<b>Plani i dizajnuar i mësimit:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjerata që do të zhvillohet</b>
<b>Java e parë:</b>	e-Marketingu dhe roli i internetit në implementimin e marketingut
<b>Java e dytë:</b>	Strategjina digjitale e marketingut
<b>Java e tretë:</b>	Kërkimet e tregut në internet
<b>Java e katërt:</b>	Zhvillimi i web-faqes dhe dizajnimi
<b>Java e pestë:</b>	Mikro mjedisi i internetit dhe makro mjedisi i internetit
<b>Java e gjashtë:</b>	Marketingu mixi dhe interneti, 4P në internet
<b>Java e shtatë:</b>	Roli i mediave sociale në marketing
<b>Java e tetë:</b>	Marketingu me e-mail
<b>Java e nëntë:</b>	Menaxhimi i marrëdhënieve me konsumatorë përmes internetit
<b>Java e dhjetë:</b>	E-commerce ose E-tregtia
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	Komunikimi interaktiv i marketingut
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	Marketingu në internet biznesi me konsumatorë
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	Marketingu në internet biznesi me biznes
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	Prezantime të studentëve
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	Prezantime të studentëve

<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>
<p>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 shtesë 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 rrjetet sociale lidhur me këtë lëndë 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, studentin duhet t'i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.</p>