

Formular për SYLLABUS të lëndës:

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik - Marketing		
Titulli i lëndës:	Marketingu Ndërkombëtar		
Niveli:	Bachelor		
Statusi lëndës:	obligative		
Viti i studimeve:	tretë		
Numri i orëve në javë:	2+1		
Vlera në kredi – ECTS:	5		
Koha / lokacioni:			
Mësimdhënësi i lëndës:	DR. VISAR RRUSTEMI		
Detajet kontaktuese:	044 18 99 18		
Përshkrimi i lëndës			
	Lënda ofron njohuritë më të larta teorike dhe zbatimin e tyre lidhur me konceptet e marketingut ndërkombëtar dhe implementimin e tyre në ndërmarrjet kosovare. Pra studenti pajiset me dituritë që përfshijnë kuptimin, strukturën, rëndësinë, strategjitë metodat hyrëse dhe kohën më të përshtatshme për t'iu qasur tregjeve ndërkombëtare.		
Qëllimet e lëndës:	T'i zotëroj konceptet dhe strategjitë e qasjes në tregjet ndërkombëtare dhe krijimin e produkteve globale duke u ofruar mundësi që ndërmarrjet kosovare t'i tejkalojnë të gjitha barrierat tarifore dhe jo-tarifore dhe të jenë prezente si vlera konkurruese në tregjet kryesore ndërkombëtare.		
Rezultatet e pritura të nxënies:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ta kuptoj marketingun ndërkombëtar, rolin dhe rëndësinë e tij për firmën, 2. T'i njoh mënyrat dhe strategjitë e penetrimit në tregjet ndërkombëtare, 3. Ta njoh rëndësinë e përshtatjes së firmës në kushte dhe situata të ndryshme të tregut, 4. T'i njoh llojet e ndryshme të metodave për adaptim-standardizim të aktiviteteve. 5. Në përgjithësi të krijoj kulturën e ndërmarrjes e cila do të jetë e pranishme në arenën ndërkombëtare etj. 		
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	2	10	20

Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë	1	10	10
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	15	30
Përgaditja përfundimtare për provim	2	10	20
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezentimet ,etj	1	1	1
Totali			130
Metodologjia e mësimëdhënies:	Faza e parë: fillon nga njoftimi me literaturën e detyrueshme dhe atë relevante-jo obligative si dhe me angazhimin e mundshëm për punim. Faza e dytë: pas studimit të literaturës përcaktohet çështja apo tema e seminarit, strukturimi i tij dhe mbikëqyrja e punimit në bazë të metodologjisë për përmbajtjen dhe kohën e përfundimit të punimit.		
Metodat e vlerësimit:	Vlerësimi do të bëhet në përputhje me metodologjinë e punimit të seminarit, pra në dy faza. Faza e parë përfshinë zotërimin e njohurive teorike nga materiali i detyrueshëm lidhur me bazat, konceptet dhe zbatimin e tyre. Faza e dytë fillon nga idea, propozimi i temës që sjell kandidati dhe strukturimi i punimit dhe angazhimi i tij në hartimin e punimit. Politikat e vlerësimit: <ol style="list-style-type: none"> 1. Përpunimi i literaturës së detyrueshme 30%, 2. Idea e temës dhe strukturimi i saj 15% 3. Punimi i temës 55% <ol style="list-style-type: none"> a. Përmbajtja e punimit 50% b. Koha e punimit 5%. 4. Gjithsej 100%. 		
Literatura			
Literatura bazë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prof.Dr. Visar Rrustemi “Marketingu Ndwrkombwtar” Prishtinw 2017. 2. Prof.Dr. Ali Jakupi “Marketingu Ndërkombëtar” Prishtinë 2008. 3. Gillespie/Jeannet/Hennesey “Global Marketing” Neë York ,USA 2006 		
Literatura shtesë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. WH Davidson “Market Similarity and Market Selection: Implications for International Marketing Strategy. 2. ST Cavusgil “Differences among exporting firms based on their degree of internationalization” 		

Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Prezentimi i lëndës
Java e dytë:	Disciplina e Marketingut Ndërkombëtar
Java e tretë:	Konceptet dhe proceset e MN
Java e katërt:	Dimensionet e MN
Java e pestë:	Normat juridike
Java e gjashtë:	Organizatat ndërkombëtare
Java e shtatë:	Hulumtimet e marketingut ndërkombëtar
Java e tetë:	Strategjite e marketingut global
Java e nëntë:	Strategjitë hyrëse në tregjet ndërkombëtare
Java e dhjetë:	Marketingu eksportues
Java e njëmbëdhjetë:	Punët e lidhura në marketingun eksportues
Java e dymbëdhjetë:	Aranzhanet partneruese
Java e trembëdhjetë:	Globalizimi
Java e katërmëdhjetë:	Dimensionet e globalizimit
Java e pesëmbëdhjetë:	Përgatitjet e projekteve

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:
<p>Statuti i Univesitetit të Prishtinës</p> <p>Neni 155 Studentët që janë të pranuar në Universitet kanë të drejtë:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Të marrin pjesë në të gjitha ligjëratat, seminarët dhe në mësimet e organizuara në lëndët e programit të zgjedhur të studimit sipas mbarëvajtjes së studimeve. <p>Neni 156 Studentët që janë të pranuar në Universitet kanë obligim:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. T'i respektojnë rregulloret e lëshuara nga Universiteti; 2. T'i respektojnë të drejtat e personelit dhe të studentëve të tjerë; 3. T'u kushtojnë vëmendje të duhur studimeve të tyre dhe të marrin pjesë në aktivitetet akademike; 4. Të vijojnë ligjëratat në pajtim me rregullat e programit specifik të studimeve; <p>Të sillen mirë si në lokalet e Universitetit, ashtu edhe jashtë tyre për të mos e diskredituar Universitetin.</p>