

Formular për SYLLABUS të lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Vendimmarrja në marketing
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	3
Numri i orëve në javë:	2+1
Vlera në kredi – ECTS:	4
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	Justina Shiroka Pula
Detajet kontaktuese:	justina.pula@uni-pr.edu

Përshkrimi i lëndës	<p>Shkenca e vendimmarrjes është një thellim ndjellës në studim interdisiplinar, duke ndërthurur sjelljen organizative, psikologjinë, sociologjinë, strategjinë, menaxhmentin, filozofinë, etikën dhe fusha të tjera sociale. Vendimmarrja është tribuna ku njohuritë për strategjinë, financat, marketingun dhe sjelljen organizative përkthehen në veprime. Për një menaxher të ardhshëm vendimmarrja efektive është shkathhtësia qenësore. Suksesi i menaxherit/menaxheres matet me suksesin e rezultateve të vendimeve që i merr.</p> <p>Vendimmarrja menaxheriale përmbahet në teoritë e vendimmarrjes, prej teorive bazë të shkencës së vendimmarrjes-teoria normative, deskriptive, preskriptive, te teoritë e derivuara dhe të reja-teoria e prospektit, teoria e shtyerjes. Lënda i paraqet modelet e vendimmarrjes, prej modelit racional me procesin racional të vendimmarrjes, te modelet intuitive, politike, inkrementale dhe modelet tjera joracionale. Njësi e analizës te vendimmarrja menaxheriale është individi vendimmarrjes, rrjedhimisht trajtohen rolet, aftësitë, stilet të cilat e paracaktojnë sjelljen e tij/saj vendimmarrëse. Fazat e formimit të grupeve, normat dhe kohezioni grupor, teknikat e vendimmarrjes grupore janë fokus me rëndësi i lëndës.</p> <p>Marketingu si fushë funksionale dhe vendimmarrja në marketing trajtohen në mënyrë kuptimplotë dhe integrale me vendimmarrjen menaxheriale. Përdorimi i teknikave të kreativitetit dhe teknikave grupore në vendimmarrje është pjesë me rëndësi e lëndës.</p> <p>Përmes metodave të mësimit aktiv, studentët marrin pjesë në simulime të vendimmarrjes grupore duke trajtuar çështje me interes në fushën e marketingut.</p>
----------------------------	---

<p>Qëllimet e lëndës:</p>	<p>Qëllimi i lëndës është që t'i familjarizojë studentët me konceptet themelore të teorisë dhe metodave të vendimmarrjes menaxheriale. Qëllim kryesor i këtij moduli është që t'i aftësojë studentët t'i aplikojnë në mënyrë efektive dijet e fituara nga fushat e tjera në proceset vendimmarrëse duke u bazuar në praktikat bashkëkohore të vendimmarrjes menaxheriale në përputhje me kushtet dhe situatat e ndryshme të vendimmarrjes. Pas përfundimit të lëndës, studenti do përfitojë një nivel bazë të njohurive në fushën e teorisë së shkencës së vendimmarrjes; që nënkupton pajisjen me njohuri mbi kuptimin dhe rolin e shkencës së vendimmarrjes në botën bashkëkohore të biznesit dhe atë se si menaxherët bëjnë zgjedhje në një mjedis kompleks dhe dinamik. Lënda Vendimmarrja në marketing mëton t'i njohë studentët me teoritë e vendimmarrjes, me strategjitë dhe stilet e vendimmarrjes së menaxherëve dhe vendimmarrësve të tjerë në fushën e marketingut, kontekstualizimin e përdorimit të vendimmarrjes racionale, intuitive dhe formave të tjera të vendimmarrjes. Studentët mësojnë për stilet e liderit dhe stilet e vendimmarrjes dhe mënyrën se si ato përdoren nga organizatat për përshtatjen e individit me vendin e punës dhe si instrumente për formim të grupeve për vendimmarrje kreative. Studentët janë në gjendje t'i dallojnë rrethanat, kushtet dhe situatat kur duhet të përdoret vendimmarrja individuale dhe grupore, t'i njohin problemet e vendimmarrjes grupore, modelet bashkëkohore dhe teknikat e vendimmarrjes grupore për vendimmarrje në marketing.</p>
----------------------------------	--

<p>Rezultatet e pritura të nxënies:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Njohja e teorisë të vendimmarrjes dhe i modeleve të vendimmarrjes që janë të përshtatshme për situata • Njohja e aspekteve konjitive të vendimmarrjes • Njohja e stilit të vendimmarrjes dhe ndërveprimit me detyrën dhe situatën për përcaktimin e performancës dhe suksesit menaxherial • Zbatimi i veglave, teknikave dhe kornizave për marrjen e vendimeve në marketing • Njohja dhe zbatimi i teknikave të vendimmarrjes grupore për vendimmarrje në marketing
--	---

Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	15	15
Ushtrime në terren			
Kollokfiume,seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë	6	2	12
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			
Përgatitja përfundimtare për provim	4	4	16
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezentimet etj	2	2	4
Totali			100

<p>Metodologjia e mësimdhënies:</p>	<p>Ligjëratat mbahen në një frymë të bashkëveprimit me studentët duke zbatuar teknika që e vendosin studentin në qendër. Ndërveprimi intensiv mes profesorit me studentët dhe midis studentëve e krijon energjinë, kulturën dhe klimën e përshtatshme për përvetësim të njohurive në mënyrë kritike dhe zhvillimin e aftësive për zgjidhje kreative e logjike të problemeve dhe situatave organizative. Ushtrimet janë kryekëput të dizajnuara në formatin e të mësuarit aktiv. Studentët vendosen në simulime, lojëra, punë në grup dhe kuize e rebuse përmes të cilave e zhvillojnë mendimin kritik, gjykimin logjik, arsyetimin pragmatik dhe aftësinë për zgjidhje praktike të problemeve. E mësojnë rëndësinë e punës në grup, dinamikat, vështirësitë, influencat, politikën e fuqisë dhe masat për parandalimin e mendimit grupor, në funksion të vendimmarrjes efektive në marketing.</p> <p>Ligjëratat dhe ushtrimet kërkojnë përdorim intensiv të materialeve vizuale, prezantimeve, materialeve që u dorëzohen studentëve, instrumenteve vetëraportuese, kuizeve dhe rasteve studimore.</p> <p>Studentëve kohë pas kohe u kërkohet të dorëzojnë detyra shtëpie në formën e eseve, vlerësimeve kritike</p>
--	--

	apo prezantimeve të rasteve studimore të bizneseve në fushën funksionale të marketingut.
--	--

Metodat e vlerësimit:	<p>Vlerësimi i studentëve bëhet në përputhje me rezultatet e pritura të të mësuarit. Shkalla e arritshmërisë së këtyre rezultateve matet përgjatë gjithë kursit, përmes dy testeve semestrale dhe përmes prezantimeve dhe detyrave të shtëpisë.</p> <p>Zbërthimi i poentimit që studentët e përfitojnë nga kontributet e ndryshme përgjatë semestrit:</p> <p>Testi i parë: 40 % Testi i dytë: 40 % Detyrat e shtëpisë: 10 % Prezantimi i punës seminarike: 10 %.</p> <p>Për studentët që nuk kanë arritur të ndërtojnë notë kaluese apo të pranueshme gjatë semestrit, organizohet provimi, i cili ka ngarkesë 100% në notë.</p>
Literatura	
Literatura bazë:	Vendimmarrje menaxheriale; Besnik Krasniqi dhe Justina Pula; Globus: Prishtinë, 2012
Literatura shtesë:	Marketing Decisions and Strategies: An International Perspectives; John Kuada; Adonis & Abbey Publishers Limited, 2016

Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë:	Vendimmarrja dhe menaxhmenti
Java e dytë:	Teoria e vendimmarrjes
Java e tretë:	Modelet e vendimmarrjes
Java e katërt:	Procesi racional i vendimmarrjes
Java e pestë:	Kushtet dhe kufizimet në vendimmarrje
Java e gjashtë:	Vendimmarrja në kontekst të mjedisit
Java e shtatë:	Testi i parë semestral
Java e tetë:	Vendimmarrja në fushën e marketingut
Java e nëntë:	Stilet e vendimmarrjes së konsumatorëve
Java e dhjetë:	Lidershipi dhe vendimmarrja e menaxherit të marketingut
Java e njëmbëdhjetë:	Vendimmarrja individuale dhe grupore
Java e dymbëdhjetë:	Kohezioni dhe dinamikat e grupit
Java e trembëdhjetë:	Modelet dhe teknikat e vendimmarrjes grupore
Java e katërbëdhjetë:	Prezantimi i punës seminarike

Java e pesëmbëdhjetë:	Testi i dytë semestral
-----------------------	------------------------

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

Bartësi i lëndës zotohet për përmbajtje me përpikmëri të deklarimeve në syllabus, përmbushje me rigorozitet të standardeve më të larta të sjelljes etike në kushte të klasës dhe në orët e kontaktit. Studentëve u garantohet e drejta e fjalës, e drejta e opinionit ndryshe, e drejta për të shprehur pakënaqësi dhe për kërkim llogarie. Prej studentëve pritet respektimi i orarit, mbajtja e disiplinës përgjatë orëve dhe përmbushja e kodit të nderit në ligjëratat, ushtrime dhe teste.