

## Formular për SYLLABUS të Lëndës

<b>Të dhëna bazike të lëndës</b>	
<b>Njësia akademike:</b>	<b>Departamenti i Marketingut, Fakulteti Ekonomik</b>
<b>Titulli i lëndës:</b>	<b>Marketingu 3.0</b>
<b>Niveli:</b>	<b>Bachelor</b>
<b>Statusi lëndës:</b>	<b>Zgjedhore</b>
<b>Viti i studimeve:</b>	<b>II</b>
<b>Numri i orëve në javë:</b>	<b>2+1</b>
<b>Vlera në kredi – ECTS:</b>	<b>4</b>
<b>Koha / lokacioni:</b>	<b>Semestri dimëror, viti akademik 2019-2020, Prishtinë</b>
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	<b>Vjosa Fejza, PhD Candid.</b>
<b>Detajet kontaktuese:</b>	<b>Tel: 049 398 066 Email: vjosa.fejza@uni-pr.edu</b>
<b>Përshkrimi i lëndës</b>	
	<p>Paralelisht me zhvillimin e teknologjisë, është zhvilluar edhe marketing në tërësi. Përgjatë shtatë viteve të fundit, Marketingu 3.0 është bërë arritja më inovative e marketingut. Kjo për faktin se klientët e sotëm po zgjedhin produkte dhe ndërmarrje që plotësojnë nevojat më të thella për kreativitet, komunitet dhe idealizëm. Andaj, ndërmarrjet duhet të krijojnë produkte, shërbime dhe kultura korporatash, që frymësojnë, përfshijnë dhe pasqyrojnë vlerat e klientëve.</p> <p>Nëpërmjet lëndës Marketingu 3.0 do të tentohet të iu shpjegohet studentëve qasja e re që duhet të zhvillojnë ndërmarrjet, duke lëvizur përtej mënyrave të bazuara te produkti (Marketingu 1.0) dhe atyre të bazuara te klienti (Marketingu 2.0), drejt shpirtit human (Marketingu 3.0).</p> <p>Marketingu 3.0 mban një qëndrim shumë më tërësor ndaj klientëve, duke i konsideruar ata si njerëz multidimensionalë, të prirur ndaj vlerave e madje si bashkëpunëtorë të mundshëm.</p> <p>Nëpërmjet kësaj lënde, do të tregohet roli ndikues i markës në çështje të tilla si: varfëria, ndryshimet socio-kulturore dhe jetëgjatësia mjedisore.</p> <p>Gjithashtu, do të tregohet se si ndikojnë tregjet e prirura ndaj vlerave te punonjësit, te kanalet partnere të shpërndarjes dhe te aksionarët.</p> <p>Nëpërmjet kësaj lënde, do të iu tregohet studentëve se si t'i shfaqin qëndrimet e tyre ndaj këtij komuniteti global e të ndërlidhur, për të kuptuar sa</p>

	më mirë këtë epokë të re të marketingut.
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohurit themelore nga Marketingu 3.0.
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	Në përfundim të kësaj lënde studenti do të jetë në gjendje që të: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definoj çka është Marketingu 3.0;</li> <li>2. Bëj dallimin ndërmjet Marketingut 1.0, 2.0 dhe atij 3.0,</li> <li>3. Demonstroj se si të marketojnë misionin te konsumatorët, vlerat te punonjësit, vlerat te kanalet partnere të shpërndarjes, si dhe vizionin te aksionarët;</li> <li>4. Vlerëoj rolin ndikues të brendit mbi ndryshimet socio-kulturore, jetëgjatësinë mjedisore, etj.</li> <li>5. Përshkruaj dhe të interpretoj 10 vlerat e marketingut 3.0.</li> </ol>

<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	<p>Metodat që do të përdoren për ta trajtuar këtë lëndë me studentët do të jenë:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ligjerimi,</li> <li>• shpjegimi,</li> <li>• bashkëbisedimi (si formë e interaktivitetit në ligjerata),</li> <li>• punë individuale e grupore,</li> <li>• punime seminarike,</li> <li>• prezentime,</li> <li>• detyra,</li> <li>• kollokviume, etj</li> </ul> <p>Ndërsa, si mjete, do të përdoret projektori, nëpëmjet të cilit do të prezantohen sllajdet lidhur me tematikat që do të trajtohen gjatë gjithë semestrit.</p>
-------------------------------------	--

<b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike		-	-
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	6	6
Ushtrime në teren	-	-	-
Kollokviume, seminare	3	1	3
Detyra të shtëpisë	1	1	1
Koha e studimit vetanak të studentit	1	10	10

(në bibliotekë ose në shtëpi)			
Përgatitja përfundimtare për provim	2	5	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	2	5	10
Projektet, prezantimet, etj	3	5	15
<b>Totali</b>			<b>100</b>
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	<p>Vlerësimi i dijeve dhe aftësive të fituara bëhet përmes kësaj metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Testi i Pare – 20 pikë</li> <li>• Testi i Dytë – 30 pikë</li> <li>• Testi i Tretë – 30 pikë</li> <li>• Pjesëmarrja e rregullt në ligjerata dhe ushtrime - 10 pikë</li> <li>• Aktivitetit dhe punimi seminarik - 10 pikë</li> </ul> <p style="text-align: right;">Gjithsej: <b>100 pikë</b></p> <p>Vlerësimi i provimit përfundimtar, që vlerësohet me <b>50%</b> të suksesit, me një sistem të ndërtimit të mëtejshëm të notës përfundimtare me kriteret tjera të lartë theksuara.</p>		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiaean, I. (2013) Marketingu 3.0. Nga Produktet te Klientët te Shpirti Human. Shtëpia botuese “DAMO”. Prishtinë.</li> <li>2. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2010) Marketing 3.0. From products to customers to the human spirit. John Wiley and Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.</li> <li>3. Ligjerata të autorizuara – Vjosa Fejza</li> </ol>		
<b>Literatura shtesë:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brecht, S., Brinsky, S., Burkhart, M., Cibities, L., etc. (2011). Marketing 3.0 – New Issues in Marketing: From Integrated Marketing Communication to the Marketing of Sustainable Leaders. Stuttgart Media University, Stuttgart, Germany.</li> <li>2. Erragcha, N., Romdhane, R. (2014). New Faces of Marketing in the Era of the Web: From Marketing 1.0 to Marketing 3.0. Journal of Research in Marketing, Vol. 2, No. 2, pp. 137 - 142. ISSN: 2292-9355.</li> <li>3. Swieczak, W. (2017). The Impact of Modern Technology on Changing Marketing Actions in Organizations. Marketing 4.0. MINIB, Vol. 26, Issue 4, pp.</li> </ol>		

	161 – 186. eISSN: 2353 – 8414. 4. Skrobich, L., Kot, S. (2018). Marketing 3.0 in Contemporary Marketing Management Activities of Enterprises. CITPM 2018 – Contemporary Issues in Theory and Practice of Management. Conference Paper.
--	---

<b>Plani i dizajnuar i mësimit:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjeratat që do të zhvillohen</b>
<i>Java e parë:</i>	<b>Prezantimi i syllabusit</b>
<i>Java e dytë:</i>	<b>Kuptimi i Marketingut 3.0</b>
<i>Java e tretë:</i>	<b>Modeli i ardhshëm për Marketingun 3.0</b>
<i>Java e katërt:</i>	<b>Testi i I-rë</b>
<i>Java e pestë:</i>	<b>Marketimi i misionit te konsumatorët</b>
<i>Java e gjashtë:</i>	<b>Marketimi i vlerave te punonjësit</b>
<i>Java e shtatë:</i>	<b>Marketimi i vlerave te kanalet partnere të shpërndarjes</b>
<i>Java e tetë:</i>	<b>Marketimi i vizionit te aksionarët</b>
<i>Java e nëntë:</i>	<b>Testi i II-të</b>
<i>Java e dhjetë:</i>	<b>Kryerja e trasformimit socio-kulturor</b>
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<b>Krijimi i sipërmarrësve premtues të tregut</b>
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<b>Përpyekja për ruajtjen mjedisore</b>
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<b>Përmbledhja e të gjithave së bashku – 10 vlerat e Marketingut 3.0</b>
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	<b>Testi i III-të</b>
<i>Java e pesëmbëdhjetë</i>	<b>Konsultimet përfundimtare dhe diskutime</b>

<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 shitesë dhe konsultime të studentëve. Studentët kanë për obligim që pas çdo ligjërata 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 ligjërata. Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e ID kartelës në teste dhe provim. Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet t’i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.</p>