

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Menaxhimi i marketingut
Niveli:	master
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	I-rë
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	Percaktohet nga Dekanati
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Dr. Nail Reshidi
Detajet kontaktuese:	nailreshidi@yahoo.com
Përshkrimi i lëndës:	
	Kjo lëndë do t'i njoftojë studentët me bazat e teorisë dhe praktikes nga MMK. Fokusi do të jetë mbi zgjedhjet dhe vendimet të cilat i marrin individët dhe ndërmarrjet në kushte të resurseve të kufizuara. Vëmendje e veçantë do t'i kushtohet tregut dhe instrumenteve të marketing miksit (4P).Po ashtu nje rendesi te vecante do ti kushtohet procesit te menaxhimit te marketingut dhe te strategjive kryesore.
Qëllimet e lëndës:	
	Ky modul do t'i pajisë studentët me njohuri hyrëse mbi kuptimit të çështjet bazike nga MMK sic jane: * Rendesia e MMK-se ne ekonomin e e tregut; * Zhvillimi i planeve dhe strategjive te MMK; * Kerkimet e tregut dhe parashikimi i shitjes; * Analiza e sjelljeve te konsumatoreve; * Strategjia e STP-se; * Perpilimi i planit te 4P-ve; * Implementimi dhe evaluimi i palnit te MMK-se.
Rezultatet e pritura të nxënies:	
	Me kompletimin e këtij moduli, studentët do të jenë në gjendje të: <ul style="list-style-type: none"> • Rendesine dhe rolin e MMK ne ekonomine e tregut;

	<ul style="list-style-type: none"> • Te pergatisin planet dhe strategjite e MMK-se; • Te organizojne dhe te implementojne nje departament ne kuader te struktures organizative te ndermarrjes etj. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit) 			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	2	15	15
Ushtrime teorike/laboratorike			
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	2	15	15
Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	15	30
Përgaditja përfundimtare për provim	3	10	30
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	3	8	30
Projektet,prezentimet ,etj	1	11	11
Totali			150
Metodologjia e mësimdhënies:	Procesi mesimor do te mbeshtetet ne keto parime kryesore: <ul style="list-style-type: none"> → <i>Parimi i qasjes integrale dhe ineraktive,</i> → <i>parimi i lidhjes së teorisë me praktikën.</i> → <i>parimi i impementimit te dijes se fituar,</i> → <i>parimi i qasjes sistemore dhe</i> → <i>parimi kreativ.</i> 		

Metodat e vlerësimit:	<ul style="list-style-type: none"> • Kollokviumi i parë: 25% • Kollokviumi i dytë: 25% • Pjesëmarrja aktive në ligjërata dhe ushtrime 10% • Provimi final: 40%
Literatura	
Literatura bazë:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bardhyl Ceku: Drejtim marketingu, Tirane 2010 ▪ Nail Reshidi: Ligjerata te autorizuara; prishtine 2011
Literatura shtesë:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Koteler and Keller: Marketing Management , 12 e
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	▪ Kuptimi dhe roli i MMK
Java e dytë:	▪ Perpilimi i planit
Java e tretë:	▪ Strategjive te MK;
Java e katërt:	▪ Modelet e sjelljes te konsumatoreve;
Java e pestë:	▪ Strategjia e STP-se
Java e gjashtë	▪ Vleresimi i pare
Java e shtatë:	• Strategjia e STP-se vazhdim;
Java e tetë:	▪ Procesi i menaxhimit te MMK-se;
Java e nëntë:	• Kerkimet e tregut
Java e dhjetë:	▪ Parashikimi i shitjeve;
Java e njembdhjetë:	▪ Analiza e konkuresces;
Java e dymbdhjetë	▪ Strategjia e CJP-se dhe strategjite e cmimeve;
Java e trembdhjetë	▪ Strategjite e distribucionit dhe promocionit
Java e katermbdhjetë	▪ Implementimi dhe organizimi i i MMK-se.
Java e pesembdhjetë	▪ Vleresimi i dyte

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 ti përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimmshënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.

