

## 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:	8
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"> <li>• Rendesine dhe rolin e MMK ne ekonomine e tregut;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Te pergatisin planet dhe strategjite e MMK-se;</li> <li>• Te organizojne dhe te implementojne nje departament ne kuader te struktures organizative te ndermarrjes etj.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)</b></li> </ul>			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	3	15	45
Ushtrime teorike/laboratorike			
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	15	15
Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare			
Detyra të shtëpisë	1	10	10
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	4	15	60
Përgaditja përfundimtare për provim	4	15	60
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezentimet ,etj	2	5	10
<b>Totali</b>			<b>200</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	<p>Procesi mesimor do te mbeshtetet ne keto parime kryesore:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <i>Parimi i qasjes integrale dhe ineraktive,</i></li> <li>→ <i>parimi i lidhjes së teorisë me praktikën.</i></li> <li>→ <i>parimi i impementimit te dijes se fituar,</i></li> <li>→ <i>parimi i qasjes sistemore dhe</i></li> <li>→ <i>parimi kreativ.</i></li> </ul>		

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

<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat shkollore;</li> <li>• Duhet të respektojë orarin e ligjëratave , ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në orën mësimore;</li> <li>• Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e indeksit në teste dhe provim;</li> <li>• Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet ti përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.</li> </ul>

