

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik		
Titulli i lëndës:	Marketingu ne Turizem		
Niveli:	Bachelor		
Statusi lëndës:	Zgjedhore		
Viti i studimeve:	II		
Numri i orëve në javë:	2+1		
Vlera në kredi – ECTS:	4		
Koha / lokacioni:			
Mësimdhënësi i lëndës:			
Detajet kontaktuese:			
Përshkrimi i lëndës			
	<p>Studentet fitojnë njohurit dhe :</p> <p>Kuptojnë rreth konceptit të marketingut për nevojat e turizmit dhe rolin e saj si një mjet menaxhimi në zgjidhjen e problemeve në të gjitha fushat e biznesit dhe të tregut.</p> <p>Aftësimi për zhvillimin e te gjitha aktiviteteteve ne analizën , planifikimin, organizimin, menaxhimin dhe kontrollin e marketingut në biznesin e Turizmit,</p> <p>Te arrijnë zhvillimin e të menduarit kritik në zbatimin e konceptit të marketingut nëpërmjet analizës së rasteve të biznesit dhe të kuptuarit e tendencave moderne në turizëm dhe marketing.</p> <p>Njohja për rendësin e aplikimit të konceptit të marketingut në biznes, dhe rolin e Marketingut në ngritjen e imazhit të Biznesit, me theks te Industria turistike.</p>		
Qëllimet e lëndës:	<p>Qëllimi i lëndës është njohja e studentëve me marketingun si fenomen bashkëkohor shoqëror dhe ekonomik. Arritja e njohurive për rolin e Marketingut dhe elementeve themelore të tij në zhvillimin e biznesit në Industrisë Turistike, dhe në lëmit e ndryshme përcjellëse te saj.</p> <p>Përvetësimi i këtij programi mësimor, ju mundëson studentëve të përfitojnë në ngritjen e aftësive të tyre për studimet e mëtejme, dhe punës në të ardhmen.</p>		
Rezultatet e pritura të nxënies:	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi i parimeve themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon Marketingu në Turizëm. • Kuptimi i ndërveprimit të industrisë financiare me veprimtaritë tjera të ekonomisë. • Mënyrën bashkëkohore të marketingut në treg dhe në përgjithësi në Biznes. • Do të jete në gjendje të projekton një plan për Marketingun në Turizëm , • Do të jete në gjendje që të zhvillon aktivitetin e Marketingut të ndërmarrjeve në mënyrë të pavarur. 		
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	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			

Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	10	10	
Ushtrime në teren				
Kollokfiume,seminare	2	2	4	
Detyra të shtëpisë	1	6	6	
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	1	15	15	
Përgaditja përfundimtare për provim	1	15	15	
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)				
Projektet,prezentimet ,etj	1	5	5	
Totali			100	
Metodologjia e mësimdhënies:				
	<ul style="list-style-type: none"> Ligjërata interaktive të ilustruara me prezantime në power point, seminare, debate dhe pune grupore rreth çështjeve specifike(analiza dhe diskutime) pune interaktive, pune grupore, mësim duke punuar dhe përsëritur. 			
Metodat e vlerësimit:				
	<u>Studentet e rregullt</u>		<u>Studentet me korospodenc</u>	
	Punim seminari	15%	Seminari	10%
	Prezantimet-detyrat:	10%	Detyra	10%
	Vlerësimi –Testi	25%	Provimi final	<u>80%</u>
	Provimi final	<u>50%</u>	Total	100%
	Total	100%		
Literatura				
Literatura bazë:	Fatos Ukaj, “ Marketingu në Turizëm”, Material i përgatitur për ligjërata, Prishtinë, 2018.			
Literatura shtesë:	<p>Kotler, P., Bowen, J., Makens, J .: Marketingu ne Hotelieri dhe Turizëm, Mate d.o.o., 2010, Kapitujt 4-13, 18-19.</p> <p>Morrison, A., Gretzel, U.: Tourism Marketing: In the Age of the Consumer, Routledge, 2016.</p> <p>Horner, S., Swarbrook, J.: Consumer Behaviour in Tourism, Routledge, 2016.</p> <p>Ukaj,F, 2010,Marketing Concept As a Tool for Development of Tourism in Kosovo, Journal of Environmental Management and Tourism (JEMT),ISSN 2068-7729 issue nr 1, p 57-62</p> <p>Ukaj,F, 2018,The Role of Internet in Successful Marketing in Tourism Organizations, Journal of Environmental Management and Tourism (JEMT),ISSN 2068-7729 issue nr 29, p 1071-1076</p>			
Plani i dizajnuar i mësimet:				
Java	Ligjerata që do të zhvillohet			
Java e parë:	Tema: Hyrje ne marketing. Konceptet kryesore dhe analiza e tyre			

	-njohuri të përgjithshme mbi marketingun -marketingu dhe veçoritë e tregut turistik, roli i marketingut,
Java e dytë:	Tema: Specifikat e marketingut për nevojat e turizmit ,
Java e tretë:	Tema: Ambienti marketingu në turizëm ,
Java e katërt:	Tema: Segmentimi i tregut të turizmit dhe përkufizimi i grupeve të synuara
Java e pestë:	Tema: Pozicionimi dhe markimi i produkteve dhe shërbimeve në tregun turistik,
Java e gjashtë:	Tema: Sjellja e konsumatorëve në turizëm - tregu final i konsumit
Java e shtatë:	Tema: Vlerësimi i intermediar
Java e tetë:	Tema: Sjelljet e konsumatorëve në turizëm - tregu i blerësve organizative
Java e nëntë:	Tema: Politikat e Produktit në Turizëm,
Java e dhjetë:	Tema: Strategjia e çmimeve,
Java e njëmbëdhjetë:	Tema: Strategjia e shpërndarjes,shpërndarja ne tregun turistik,
Java e dymbëdhjetë:	Tema: Strategjia e promovimit reklamave dhe Promocioni shitjeve,
Java e trembëdhjetë:	Tema: Organizimi, implementimi dhe vlerësimi i Promocionit.
Java e katërmëdhjetë:	Tema: Ndërtimi i besnikërisë së klientit nëpërmjet cilësisë së ofertës ,
Java e pesëmbëdhjetë:	Tema: Menaxhimi i tregut, i një destinacioni turistik ,

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

- Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat shkollore, të Fakultetit dhe Universitetit.
- Duhet të respektojë orarin e ligjëratave , ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në orën mësimore
- Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e ID-së në teste dhe provim
- Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet të përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësuesi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.