

## Formular për SYLLABUS të Lëndës

<b>Të dhëna bazike të lëndës</b>	
<b>Njësia akademike:</b>	<b>Fakulteti Ekonomik</b>
<b>Titulli i lëndës:</b>	<b>Menaxhimi i produktit</b>
<b>Niveli:</b>	<b>BA</b>
<b>Statusi lëndës:</b>	<b>Obligative</b>
<b>Viti i studimeve:</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>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	<b>Besim Beqaj</b>
<b>Detajet kontaktuese:</b>	<b>besim.beqaj@uni-pr.edu</b>
<b>Përshkrimi i lëndës</b>	
	<p>Zhvillimi ekonomik i viteve të fundit po pëson ndryshime dramatike. Ekonomia po transformohet shpejt duke krijuar hapësirë të madhe për ekonominë digjitale dhe për produkte të reja. Integrimi i ekonomive botërore dhe globalizimi po e shkurtojnë ciklin jetësor të produkteve dhe kjo po i shtyen menaxherët të rrisin kreativitetin e tyre për prodhimin e produkteve konkurruese në treg. Ndikimi i teknologjisë - veqanërisht avancimi i komunikimit dhe informatizimit - krijon mundësi për levizje të punës, kapitalit dhe teknologjisë. Globalizimi tani pothuaj është i pranuar nga jeta e përditshme. Të qendrosh ose të behësh konkurrent në treg, menaxherët e vendeve të zhvilluara duhet të ristrukturojnë dhe të organizojnë procesin e prodhimit dhe ti diferencojnë produktet e tyre nga konkurrentët. Tregu kërkon qasje inovative të vazhdueshme për produktet të cilat i plotësojnë kërkesat e blerësve dhe të cilat i mundësojnë ndërmarrjes krijimin e përparësive konkurruese.</p>
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	<p>Hyrje në problematikën e menaxhmentit të produktit, me qasje të theksuar në menaxhimin e procesit të krijimit, menaxhimit dhe plasimit të produkteve të reja në treg. Orientimi pragmatik me shpjegime të shembujve nga praktika jonë e përditëshme dhe krahasimi i tyre me bizneset e zhvilluara paraqet formën e punës gjatë ligjeratave. Njohja me ambientin dhe format e menaxhimit bashkëkohor të hulumtimeve dhe zhvillimeve si dhe të marketingut të produkteve të reja do të elaborohen dhe do të detajizohen në menyrë që të</p>

	kuptohet drejt rendësia e produkteve të reja dhe menaxhimit të tyre në kushtet e liberalizimit të tregut dhe të globalizimit.		
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	<p>Me kompletimin e suksesshëm të lëndës, studenti do të jetë në gjendje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Të diskutojë përsfidat dhe ambientin manaxhmentit bashkëkohor të produkteve</li> <li>- Të kuptojë rolin e inovacionit dhe ekonomisë digjitale në zhvillimin e produktit</li> <li>- Të dallojë përparësitë dhe mangësitë konkurruese të ndërmarrjeve të cilat investojnë në hulumtim dhe zhvillim të produkte të reja dhe atyre që nuk investojnë procese të tilla</li> <li>- Të diskutojë proceset globale dhe strategjike të menaxhimit të produkteve</li> </ul>		
<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>Gjithësej</b>
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	8	8
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
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	2	4	8
Projektet,prezentimet ,etj	1	5	5
<b>Totali</b>			<b>100</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	Ligjeratat do të jenë të konceptuara në atë mënyrë që pjesëmarrja e studentëve në diskutime të jetë sa më e madhe. Bashkëbisedimi si dhe prezantimi i punimeve në klasë do krijojnë vlerë shtesë për studentët. Do të favorizohet puna ekipore. Leximi i literaturës sa më të gjërë paraqet përparësi.		
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	<b>Provimi do të jetë i përberë prej këtyre</b>		

	<b>komponentëve:</b> Vlerësimi i parë: 30 % Vlerësimi i dytë: 30% Punimi seminarik: 10% Angazhimi në klasë: 20% Vijimi i rregullt: 10% Total: 100%
<b>Literatura</b>	
<b>Literatura bazë:</b>	<b>Prof. Dr. Besim Beqaj</b> – Menaxhimi i zhvillimit të produkteve të reja në Kosovë, Disertacion Doktorature, Prishtinë, 2003
<b>Literatura shtesë:</b>	<b>Steven Haines:</b> The Product Managers Desk Reference, McGraw-Hill, USA 2009 <b>Rodger G. Schroeder:</b> Operations Management Contemporary Cases and Concepts McGraw-Hill, USA, 2000 <b>Adam Evert:</b> Production and Operation Management, Prentice Hall Interantional, USA, 1997
<b>Plani i dizejnuar i mësimi:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjerata që do të zhvillohet</b>
<i>Java e parë:</i>	<b>Konceptet teorike të produktit dhe menaxhimit të operacioneve</b>
<i>Java e dytë:</i>	<b>Procesi i zhvillimit të produktit</b>
<i>Java e tretë:</i>	<b>Menaxhimi i ciklit jetësor të produktit</b>
<i>Java e katërt:</i>	<b>Funksionet e menaxhmentit në zhvillimin dhe plasimin e produktit në treg</b>
<i>Java e pestë:</i>	<b>Inovacionet dhe procesi i zhvillimit teknologjik të produktit</b>
<i>Java e gjashtë:</i>	<b>Dizajnimi i produktit dhe menaxhimi i cilësisë</b>
<i>Java e shtatë:</i>	<b>Testimi i parë</b>
<i>Java e tetë:</i>	<b>Reflektimi i kombinimit të instrumenteve të marketingut miks në zhvillimin e produkteve të reja</b>
<i>Java e nëntë:</i>	<b>Përcaktimi dhe menaxhimi i çmimit të produktit</b>
<i>Java e dhjetë:</i>	<b>Menaxhimi i distribuimit të produktit</b>
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<b>Menaxhimi i promocionit të produktit</b>
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<b>Modelet dhe metodat e marketingut për plasimin e produktit në treg</b>

<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<b>Analiza ekonomike e produktit</b>
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	<b>Përcaktimi i pozitës strategjike të produktit në treg</b>
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	<b>Vlerësimi i dytë</b>

<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>
Vijimi i rregullt, saktësia, leximi i materialeve të kërkuara, dhe pjesëmarrja aktive në diskutimet në klasë janë elemente kritike për këtë lëndë..