

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik		
Titulli i lëndës:	Marketingu në Banka dhe Institucione Financiare		
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:	Prof.asoc.Dr.Fatos Ukaj		
Detajet kontaktuese:	fatos.ukaj@uni-pr.edu		
Përshkrimi i lëndës			
	Studentet fitojnë njohurit themelore për analizën , planifikimin, organizimin, menaxhimin dhe kontrollin e marketingut në biznesin e Industrisë Financiare, e me konkretisht në Banka dhe Sigurime në praktikë. Njohja për rendësin e aplikimit të konceptit të marketingut në biznes, dhe rolin e Marketingut në ngritjen e imazhit të Biznesit, me theks te Bankat, Sigurimet, dhe institucionet tjera financiare.		
Qëllimet e lëndës:			
	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 Financiare, konkretisht në Banka dhe Sigurime dhe në lëmit e ndryshme. 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.		
Rezultatet e pritura të nxënies:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi i parimeve themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon Marketingu në biznesin e Industrisë Financiare. • 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 e biznesit Bankar dhe të Sigurimeve, • 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			
Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare	2		2

Detyra të shtëpisë	8		8
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	15	90
Përgaditja përfundimtare për provim			
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezentimet ,etj			
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:	<table border="0"> <tr> <td><u>Studentet e rregullt</u></td> <td></td> <td><u>Studentet me korospodenc</u></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Punim seminari</td> <td>15%</td> <td>Seminari</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Prezantimet-detyrat:</td> <td>10%</td> <td>Detyra</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Vlerësimi –Testi</td> <td>25%</td> <td>Provimi final</td> <td><u>80%</u></td> </tr> <tr> <td>Provimi final</td> <td><u>50%</u></td> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	<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%		
<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 Institucionet Financiare”, Material i përgatitur për ligjërata, Prishtinë, 2013.
-------------------------	---

Literatura shtesë:	<p>Grup Autoresh, Marketingu Bankar, Tirane, 2010.</p> <p>Harrison, T.: «Financial Services Marketing», Prentice Hall, London, 2002.</p> <p>Philip Kotler & Kevin Lane Keller, <i>Marketing Management</i>, Twelfth ed. Pearson Prentice - Hall, New Jersy, 2006,</p> <p>Ukaj, F., 2016. Development and Creation of Competitive Advantages in the Function of Marketing Services in Financial Institutions. Expert Journal of Marketing, 4(2), pp. 39-45.</p> <p>Ukaj,F 2015, Synthesizing information and communication in function to marketing services in financial institutions, International journal of economics and statistics Volume 3, 2015 ISSN: 2309-0685, p 195,</p>
---------------------------	---

Plani i dizajnuar i mësimimit:

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 bankar roli i marketingut,
Java e dytë:	Tema: Bazat e planifikimit marketing,
Java e tretë:	Tema: Menaxhimi i procesit te marketingut ,
Java e katërt:	Tema: Zhvillimi i Analizës se situatës dhe Formulimi i strategjisë.
Java e pestë:	Tema: Konsumatori dhe organizimi i sjelljes konsumatore,

Java e gjashtë:	Tema: Informacioni marketing dhe kërkimi.
Java e shtatë:	Tema: Vlerësimi i intermediar
Java e tetë:	Tema: Strategjia e produkteve dhe zhvillimi i Produkteve te reja,
Java e nëntë:	Tema: Strategjia e çmimeve,
Java e dhjetë:	Tema: Strategjia e shpërndarjes shpërndarja fizike,
Java e njëmbëdhjetë:	Tema: Strategjia e promovimit reklamat dhe Promocioni shitjeve,
Java e dymbëdhjetë:	Tema: Organizimi, implementimi dhe vlerësimi i Promocionit.
Java e trembëdhjetë:	Tema: Komunikimi publik dhe relacioni,
Java e katërbëdhjetë:	Tema: Sistemet e menaxhimit te informacionit marketing,
Java e pesëmbëdhjetë:	Tema: Organizimi, Implementimi dhe Kontrolli i Marketingut,

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, 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 indeksit në teste dhe provim • Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet ti përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësuesi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.