

Formular për SYLLABUS të Lëndës Marketingu i Inovacioneve

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Marketingu i Inovacioneve
Niveli:	MA
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	Viti II Semestri III
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi - ECTS:	8
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. dr. Besim Beqaj
Detajet kontaktuese:	besim.beqaj@uni-pr.edu
Përshkrimi i lëndës	
	<p>Lënda është punuar dhe dizajnuar në atë mënyrë që të ketë theks të veçantë në Marketingun e inovacioneve. Kjo lëndë do t'u mësojë studentëve vlerën e krijimtarisë brenda një ndërmarrjeje duke u fokusuar rolin e marketingut në inovacion. Studentët do të mësojnë të kuptojnë pse dhe si dështon kreativiteti brenda organizatave dhe si t'i shmangen këtyre sfidave. Fokusi i lëndës është shprehimisht në krijimtarinë grupore dhe organizative, veçanërisht krijimtarinë ndër-funksionale dhe rëndësinë e saj për funksione të tilla si zhvillimi i produkteve të reja dhe komunikimet e marketingut. Studentët në këtë lëndë inkurajohen të mendojnë për veten e tyre si agjentë të ardhshëm të ndryshimit brenda ndërmarrjeve. Ata do të mësojnë mjetet për të ndërtuar procese dhe hapësira për kreativitet me rezultate të prekshme.</p>
Qëllimet e lëndës:	<p>Qëllimi i përgjithshëm i kësaj klase është rritja e vlerësimit të studenteve për inovacionin dhe mënyrën se si ta nxisin atë brenda gjithë ndërmarrjes, veçanërisht për operacionet e marketingut.</p>
Rezultatet e pritura të nxënies:	<p>Me kompletimin e suksesshëm të lëndës, studenti do të jetë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Të zhvilloj të menduarit inovativ; - Të synoj tregun në menyrë efektive - Të vendos produktin apo shërbimin tuaj për suksesin maksimal; - Të kombinoj analitikën, kornizën dhe njohuritë e konsumatorit për potencial

	maksimal;		
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	3	13	45
Ushtrime teorike/laboratorike			
Punë praktike			
Kontaktet me mësimmshënësën/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)	8	15	120
Përgaditja përfundimtare për provim			
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezentimet ,etj	2	5	10
Totali			200
Metodologjia e mësimdhënies:	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. Do të favorizohet puna ekipore. Leximi i literaturës sa më të gjërë si dhe artikujve të ndryshëm lidhur me trendet e marketingut paraqet përparësi.		
Metodat e vlerësimit:	Vlerësimi i studentëve do behët në tri mënyra: <ul style="list-style-type: none"> - Vlerësimi në klasë gjatë ligjeratave në bazë të angazhimit të studentëve - Vlerësimi me teste: testi i parë java e 6-të dhe testi i dytë java 15-të - Provimi i përgjithshëm me shkrim sipas afateve të përcaktuara nga Fakulteti. Notë kaluese në teste dhe provim konsiderohet nëse 60% e pyetjeve përgjigjen saktë.		
Literatura			
Literatura bazë:			
Literatura shtesë:			

Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Inovacioni dhe Kreativiteti
Java e dytë:	Ndikimi i inovacionit në treg
Java e tretë:	Tipet e Inovacionit
Java e katërt:	Revolucioni i katërt industrial
Java e pestë:	Roli i Marketingut në Inovacion
Java e gjashtë:	Metodat inovative të shitjes së produktit
Java e shtatë:	Vlerësimi i parë
Java e tetë:	Segmentimi i Tregut, Pozicionimi i Produkteve dhe Shitja e inovacionit tek menaxhmenti
Java e nëntë:	Inovacionet dhe procesi i zhvillimit teknologjik të produktit
Java e dhjetë:	Krijimi dhe mbajtja e nje marke
Java e njëmbëdhjetë:	Marketingu përmes kanaleve digjitale
Java e dymbëdhjetë:	Promovimi dhe shitja e produkteve dhe shërbimeve përmes platformes online
Java e trembëdhjetë:	Shfrytëzimi i rrjeteve sociale për promovim të produkteve dhe shërbimeve
Java e katërmbëdhjetë:	Prezantimi i rasteve studimore
Java e pesëmbëdhjetë:	Vlerësimi i dytë

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