

Syllabusi i Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Strategjite e Marketingu
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	III
Numri i orëve në javë:	2+1
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	Percaktohet nga Dekanati
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Dr. Nail Reshidi
Detajet kontaktuese:	nail.reshidi@uni-pr.edu nailreshidi@yahoo.com
Përshkrimi i lëndës	
	Kjo lëndë studion format e strategjive që duhet të përdoren nga ana e kompanive për të ndërtuar dhe zgjedhjen e strategjive të marketingut për ndërmarrje. Kjo lëndë trajton strategjitë e kombinimit të instrumenteve të marketingut miks, strategjitë e marketingut ndërkombëtar si dhe vlerësimi i efekteve të strategjive në përgjithësi.
Qëllimi i lëndës:	Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohurit themelore nga Menaxhim i i strategjive te marketingut.
Rezultatet e pritura të nxënies:	Mësimi i lëndës te SM, studentëve do t’ju mundesoje qe te: <ul style="list-style-type: none"> • Kuptojne rendesine e SM ne ekonomine e tregut • Kuptojne noicionin SM • Studiojne raportin e Marketingut dhe strategjise • Perdorin SWOT analizen • Zgjedhjen e strategjive te marketingut, • Planifikojne strategjite konkurruese te marketingut • Shfrytezojne STP per pozicionim ne treg • Njohin strategjite luftareake te marketingut • Implementojne dhe vleresojne strategjite e marketingut
Metodologjia e mësimdhënies:	Metodat e mëimit në lëndën e MSM përfshijn vepramtarin e ngjeshur të pedagogot dhe të studentit sepse ato nuk janë vetëm mjete i transmetimi të dijeve nga pedagogu te studenti por

	<p>ato kërkojnë edhe një pjesmarje më aktive në procesin e të mësuarit. Metodën bazë që i përdori në realizimin e programit të lëndës janë: metoda e analizës së fenomeneve, metoda e shpjegimit (metoda monologut), metoda e bashkëbisedimit (biseda të përsëritjes, biseda përforcuese) dhe metoda ilustrative demonstruese.</p> <p>Mjetet mësimore janë shumë të rëndësishme në konkretizimin e mësimit sepse këto e bëjnë lëndën më të lehtë, materien më të kapshme dhe sintetezuese. Studentët mësojnë më shumë nga ajo që shohin, prandaj duke përdorur mjetet audio vizuale mësimi bëhet më i mirë sepse arihet që marrja e informatave të realizohet në dy forma: audio (të dëgjuarit) dhe vizuale (ta pamurit). Për këtë qëllim unë si pedagog i përdori sllajdet, filmat transparent fotografik, që projektohen në një ekran të madhë në distancë, shpesh edhe mbishkrimet dhe diagramet ngjitëse. Për çdo segment të një ligjërate përgadis slajde me imazhe të ndonjë fotografije të lidhur me problemin dhe u prezantohet studentëve gjatë ligjeratave dhe ushtrimeve.</p>										
<p>Metodat e vlerësimit:</p>	<p>Vlerësimi i dijeve dhe aftësive të fituara bëhet përmes:</p> <table data-bbox="716 1108 1279 1289"> <tr> <td>Vijueshmerise,</td> <td>10 pikë</td> </tr> <tr> <td>Aktivitetit dhe punimi seminarik :</td> <td>20 pikë</td> </tr> <tr> <td>Kolokfiumi i pare:</td> <td>35 pikë</td> </tr> <tr> <td>Kolokfiumi i dyte:</td> <td>35 pikë</td> </tr> <tr> <td>Gjithsejt:</td> <td>100 pikë</td> </tr> </table> <p>Vlerësimi i provimit përfundimtar, që vlerësohet me 55% të suksesit, me një sistem të ndërtimit të mëtejme të notës përfundimtare me kriteret tjera të lartë theksuara.</p>	Vijueshmerise,	10 pikë	Aktivitetit dhe punimi seminarik :	20 pikë	Kolokfiumi i pare:	35 pikë	Kolokfiumi i dyte:	35 pikë	Gjithsejt:	100 pikë
Vijueshmerise,	10 pikë										
Aktivitetit dhe punimi seminarik :	20 pikë										
Kolokfiumi i pare:	35 pikë										
Kolokfiumi i dyte:	35 pikë										
Gjithsejt:	100 pikë										
<p>Literatura</p>											
<p>Literatura bazë:</p>	<p>O. Ferrell & M. Hartline: Marketing Strategy, 4e 2006 Natasa Renko : Strategije marketinga, Zagreb 2006 Nail Reshidi: Ligjerata te autorizuara, PR 2008 Nail Reshidi & Bardhyl Ceku: Marketingu, 2006 Philip Kotler: Marketing Menagment, 2006</p>										
<p>Literatura shitesë:</p>	<p>O. Ferrell & M. Hartline: Marketing Strategy, 4e 2006 Natasa Renko : Strategije marketinga, Zagreb 2006</p>										
<p>Plani i dizejnuar i mësimit:</p>											

Java	Ligjërata që do të zhvillohet
<i>Java e parë:</i>	<i>Prezantimi i lendes</i>
<i>Java e dytë:</i>	<i>Noicionin ii Strategjive te Marketingut</i>
<i>Java e tretë:</i>	<i>Koncepti i marketingut ne ekonomin e re Rendesia e SM ne ekonomike e tregut</i>
<i>Java e katërt:</i>	<i>Kuptimi i modelit dhe i procesit te SM</i>
<i>Java e pestë:</i>	<i>Skenimi i mjedisit – Mbledhja dhe analiza e Infomacioneve te Marketingut</i>
<i>Java e gjashtë:</i>	<i>Zhvillimi i perpareseve konkurruese dhe Fokusimi strategjike</i>
<i>Java e shtatë:</i>	<i>SWOTanaliza PEST analiza PIMS analiza</i>
<i>Java e tetë:</i>	<i>STP – segmentimi, targetimi dhe segmentimi</i>
<i>Java e nëntë:</i>	<i>Zgjedhjen e strategjive te marketingut</i>
<i>Java e dhjetë:</i>	<i>Strategjite e Produktit</i>
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<i>Strategjite e Cmimeve</i>
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<i>Strategjite e Distribucionit</i>
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<i>Strategjite e Promocionit</i>
<i>Java e katërmëdhjetë:</i>	<i>Planifikimi i strategjite konkurruese te marketingut</i>
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	<i>Implementimi dhe evaluimi i strategjive te marketingut</i>

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

Pjesëmarrja në ligjërata dhe ushtrime është e obligueshme. Studentët inkurajohen që gjithmonë të kërkojnë sqarime gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve. Mësimdhënësi do të jetë në dispozicion për sqarime shtesë dhe konsultime të studentëve. Studentët kanë për obligim që pas çdo ligjërata të lexojnë së paku literaturën që ju është caktuar dhe të kryejnë detyrat dhe esetë që do t'u jepen. Studentët nuk janë të obliguar tu nënshtrohen vlerësimeve gjatë semestrit. Studentët inkurajohen të përcjellin diskutimet në media dhe të hapin diskutime lidhur me to. Studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat studimore. Duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në ligjerata. Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e ID kartelës në teste dhe provim. Gjatë hartimit të punimeve seminarike, student i duhet t'i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.