

## Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Marketingu i Shërbimeve
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	III-të
Numri i orëve në javë:	2+1
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës	
	<i>Mënyra e menaxhimit të ndërmarrjeve ndryshon dita ditës sipas nevojave. Globalizimi tani pothuaj është i pranuar nga jeta e përditshme. Të qëndrosh ose të bëhësh konkurrent në treg, menaxherët e vendeve të zhvilluara duhet të ristrukturojnë dhe dhe të rimendojnë se si menaxhohen veprimtaritë shërbyese. Në ekonominë e tregut në vendet e zhvilluara veprimtaritë shërbyese përbenjë pjesën më të ndieshme dhe më profitabile të zhvillimit ekonomik. Resurset humane, teknologjia informative, turizmi, bankat dhe institucionet tjera financiare, komunikacioni si dhe tregtia në përgjithësi, paraqesin fuqinë konkurruese për ndërmarrjet e vogla, të mesme dhe të mëdha si dhe ndërmarrjeve multinacionale.</i>
Qëllimet e lëndës:	<i>Thellim i mëtejme në problematikën e marketingut duke u fokusuar në veprimtaritë shërbyese. Orijentimi pragmatik me shpjegime të shembujve nga praktika jonë e përditëshme dhe krahasimi i tyre me bizneset e zhvilluara paraqet formën e punës gjatë ligjeratve. Njohja me ambientin dhe format e marketingut modern të veprimtarive shërbyese do të elaborohen dhe do të detalizohen në mënyrë që të kuptohet drejt rendësia e marketingut në kushtet e liberalizimit të tregut dhe të globalizimit.</i>
Rezultatet e pritura të nxënies:	<i>Me kompletimin e suksesshëm të lëndës, studenti do të jetë në gjendje:</i>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Të diskutojë për sfidat dhe ambientin e marketingut të veprimtarive shërbyese</li> <li>➤ Të kuptojë evoluimin e zhvillimeve ekonomike me theks në veprimtaritë shërbyese</li> <li>➤ Të dallojë përparësitë dhe mangësitë konkurruese të ndërmarrjeve të cilat konkurojnë me veprimtari të ndryshme në treg</li> <li>➤ Të diskutojë proceset globale dhe për rendësinë e marketingut ndërkombëtar</li> <li>➤ Të përshkruajë ndikimin e marketingut në biznesin global dhe suksesin e ekonomive nacionale.</li> </ul>
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	<i>Në përputhje me statutin e UP-së 'Hasan Prishtina'</i>
<b>Literatura</b>	
<b>Literatura bazë:</b>	<p>a) <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve</i></p> <p>b) <i>Ali Jakupi – Bazat e Marketingut- Botues: Universiteti I Prishtinës, 2001, Prishtinë</i></p>
<b>Literatura shtesë:</b>	<i>Kiefer Lee &amp; Steve Carter- Global Marketing Management - Oxford University Press, New York 2005</i>
<b>Plani i dizajnuar i mësimi:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjerata që do të zhvillohet</b>
<i>Java e parë:</i>	<b>Rendësia dhe zhvillimi i shërbimeve</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<i>Java e dytë:</i>	<b>Marketingu i shërbimeve</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<i>Java e tretë:</i>	<b>Fokusimi dhe pozicionimi i shërbimeve</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<i>Java e katërt:</i>	<b>Shërbimet bazë dhe shërbimet suplementare</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<i>Java e pestë:</i>	<b>Drejtimi i kërkesës për shërbime</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i</i>

	<i>Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<b>Java e gjashtë:</b>	<b>Menaxhimi i cilësisë së shërbimeve</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<b>Java e shtatë:</b>	<b>Vlerësimi i parë intermediar</b>
<b>Java e tetë:</b>	<b>Metoda për të dëgjuar klientin</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<b>Java e nëntë:</b>	<b>Menaxhimi i ankesave</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<b>Java e dhjetë:</b>	<b>Psikologjia e kënaqësisë së konsumatorit</b> <i>Liliana Elmazi, Drita Kruja – Menaxhimi dhe Marketingu i Shërbimeve, Camaj-Pipa, Tiranë, 2008</i>
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	<b>Marketingu në tregti</b> <i>Ali Jakupi – Bazat e Marketingut, 2001</i>
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	<b>Vlerësimi i dytë intermediar</b>
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	<b>Titulli i ligjeratës: Marketingu në turizëm</b> <i>Ali Jakupi – Bazat e Marketingut, 2001</i>
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	<b>Marketingu në transport</b> <i>Ali Jakupi – Bazat e Marketingut, 2001</i>
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	<b>Marketingu në sistemin bankar</b> <i>Ali Jakupi – Bazat e Marketingut, 2001</i>
