

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik Prishtine
Titulli i lëndës:	Marketingu ndërkombëtar
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	III-të
Numri i orëve në javë:	
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës	
	Njohurit themelore për analizën , planifikimin, organizimin, menaxhimin dhe kontrollin e të marketingut në biznesin Ndërkombëtar në praktikë Njohja për rendësin e aplikimit të konceptit të marketingut ne biznes, dhe rolin e Marketingut Ndërkombëtar në ngritjen e imazhit të Biznesit,
Qëllimet e lëndës:	Studentët që kanë mësuar paraprakisht marketingun bazë, t'i zgjerojnë njohuritë për marketingun ndërkombëtar. Ekonomia e asnjë vendi e ka vështirë të zhvillohet pa implementimin e marketingut ndërkombëtar në ndërmarrje. Njohuritë e përfituara nga marketingu ndërkombëtar iu mundësojnë studentëve të bëhen ekspertë të ardhshëm, për të manaxhuar me format e bashkëpunimit ndërkombëtar dhe ndërmarrjet të realizojnë profit.
Rezultatet e pritura të nxënies:	Ligjërimi dy semestral, ligjeratat, konsumtimit janë forma të mundëshme për t'i arsimuar studentët në lëmin e marketingut ndërkombëtar. Njësitë metodike që do të ligjerohen kanë të bëjnë me përvetësimin e domethënies së marketingut ndërkombëtar, të faktorëve të mjedisit, të instrumenteve të marketingut miks ndërkombëtar, të formave të bashkëpunimit me botën, siç janë transaksionet e këmbimeve, format e bashkëpunimit në prodhim, bashkimi i investimeve, investimet e terthorta dhe të drejtpërdrejta. Është lëndë e kapshme, teorike dhe aplikative. Prandaj, studentët kanë mundësi ta përvetësojnë dhe të përfitojnë aftësi fillestare për të genë ekspertë të mirë në një të ardhme të afërt.
Metodat e vlerësimit:	
	Në përputhje me statutin e UP-së 'Hasan Prishtina'
Literatura	
Literatura bazë:	Prof. dr. Ali Jakupi, Marketingu Ndërkombëtar, 2008
Literatura shtesë:	Czinkota – Rokanien, International Marketing, New York, 2004
Plani i dizajnuar i mësimi:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
<i>Java e parë:</i>	Hyrje në marketingun ndërkombëtar
<i>Java e dytë:</i>	Tipologjia e marketingut ndërkombëtar

<i>Java e tretë:</i>	Parakushtet për implementimin e marketingut ndërkombëtar
<i>Java e katërt:</i>	Zhvillimi i marketingut ndërkombëtar
<i>Java e pestë:</i>	Marketingu ndërkombëtar dhe internacionalizimi i biznesit
<i>Java e gjashtë:</i>	Aspektet e marketingut ndërkombëtar
<i>Java e shtatë:</i>	Vlerësimi i ndërmjetëm,
<i>Java e tetë:</i>	Marketingu ndërkombëtar në ndërmarrje
<i>Java e nëntë:</i>	Mjedisi i marketingut ndërkombëtar
<i>Java e dhjetë:</i>	Determinantet e marketingut ndërkombëtar
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	Kërkimet e marketingut ndërkombëtar
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	Strategjitë e marketingut eksportues
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	Hyrja në tregjet e huaja pa ose me investimin e kapitalit
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	Çmimi instrument i marketingut miks
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	Marketingu ndërkombëtar dhe ndërmarrjet e Kosovës

•