

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Marketingu ne Banka dhe Sigurime
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	II
Numri i orëve në javë:	2
Vlera në kredi – ECTS:	4
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës	
	Studentet fitojnë njohurit themelore për analizën , planifikimin, organizimin, menaxhimin dhe kontrollin e te marketingut në biznesin e Industrisë Financiare, konkretisht ne Banka dhe Sigurime në praktikë. Njohja për rendësin e aplikimit të konceptit të marketingut ne biznes, dhe rolin e Marketingut ne ngritjen e imazhit të Biznesit,
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 te tij ne zhvillimin e biznesit në Industrisë Financiare, konkretisht ne 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 në Fakultetin Ekonomik te UP-se.
Rezultatet e pritura të nxënies:	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi i parimeve themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon marketingu ne biznesin e Industrisë Financiare. • Kuptimi i ndërveprimit të industrisë financiare me veprimtaritë tjera te ekonomisë. • Mënyrën bashkëkohore të marketingut ne treg dhe ne përgjithësi ne Biznes. • Do te jete ne gjendje te projekton një plan për marketingun e biznesit Bankar dhe të Sigurimeve, • Do te jete ne gjendje qe te zhvillon aktivitetin e Marketingut te ndërmarrjeve në mënyrë të pavarur.
Metodat e vlerësimit:	<u>Në përputhje me statutin e UP-së 'Hasan Prishtina'</u>
Literatura	
Literatura bazë:	Marketingu Bankar, Grup autoresh, Tirane, 2007.
Literatura shtesë:	Harrison, T.: «Financial Services Marketing», Prentice Hall, London, 2002. Prof. dr. A. Jakupi, “Bazat e Marketingut”, Universiteti i Prishtinës, Prishtinë, 1999, B. Ceku, “Marketingu”, Tiranë, 2000, Philip Kotler & Kevin Lane Keller, <i>Marketing Management</i> , Twelfth

