

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Falulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Marketingu Industrial
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	III
Numri i orëve në javë:	2
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 te marketingut në biznesin Industrial në praktikë Njohja per 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 biznesin Industrial si fenomen bashkëkohor shoqëror dhe ekonomik. Arritja e njohurive për rolin e Marketingut dhe elementeve themelore te tij ne zhvillimin e biznesit në lëmin e Industrisë.. 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 Industrial. • Kuptimi i ndërveprimit të industrisë me veprimtaritë tjera te ekonomisë. • Mënyrën bashkëkohore të marketingut ne tregun Industrial dhe ne përgjithësi ne tregun Biznesor. • Do te jete ne gjendje te projekton një plan për marketingun e biznesit, • Do te jete ne gjendje qe te zhvillon aktivitetin e Marketingut te ndërmarrjeve në mënyrë të pavarur.
Metodat e vlerësimit:	
	Në përputhje me statutin e UP-së 'Hasan Prishtina'
Literatura	
Literatura bazë:	Menaxhimi i Marketingut Industrial, Prof.Dr.Fatos Ukaj, Ligjerata te autorizuar, Prishtine, 2010-2011,
Literatura shtesë:	Menaxhimi i Marketingut Industrial, Prof.Dr.Ali Jakupi, Ligjerata te autorizuar, Prishtine, 2005-2006, 1. Artan Xh. Duka& NikoA. Pano, Promocioni, Logoreci, Tirane,2006. 2. Dr. Nail Reshidi,Promocioni-Reklama dhe Shitja Personale, Riinvest, Prishtine,1996. 3. Kotler Ph, Bowen J, Makens J, Marketing for Hospitality and

Plani i dizajnuar i mësimit:

Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Tema: Marketingu- Hyrje ne Tregun Biznesor,
Java e dytë:	Tema: Marketingu Industrial,
Java e tretë:	Tema: Mjedisi i Marketingut Biznesor,
Java e katërt:	Tema:Tregu Industrial dhe Politika e Çmimeve
Java e pestë:	Tema: Tregu i mallrave te konsumit prodhues,
Java e gjashtë:	Tema: Nocioni i Çmimeve dhe llojet e çmimeve te mallrave te konsumit prodhues,
Java e shtatë:	Tema: Vlerësimi i intermediar Zhvillimi teknologjik dhe ekologjia
Java e tetë:	Tema: Sjellja e konsumatorëve ne organizate,
Java e nëntë:	Tema: Zhvillimi i produkteve te reja dhe perfeksionimi i produkteve ekzistuese
Java e dhjetë:	Tema: Roli dhe detyrat e shitjes ne fushën e marketingut,
Java e njëmbëdhjetë:	Tema: Sjelljet e konsumatorëve dhe marrja e vendimit per blerje,
Java e dymbëdhjetë:	Tema: Menaxhimi i Logjistikes se distribucionit
Java e trembëdhjetë:	Tema: Promocioni Interbiznesor,
Java e katërmëdhjetë:	Tema: Strategjia e menaxhimit te cilesise,
Java e pesëmbëdhjetë:	Tema: Marketingu i drejtpërdrejt industrial,

<ul style="list-style-type: none"> •
