



UNIVERSITETI I PRISHTINËS
Fakulteti Ekonomik

Strategjitë e marketingut-Master

Bartës i lëndës:

Prof. Dr. Nail Reshidi

Tel: + 377 44/500 - 394

e-mail:nailreshidi@yahoo.com

WWW.nailreshidi.110mb.com

Prishtine, 2011

SYLABUSI

Strategjitë e marketingut- SM

Ligjeratat dhe mënyra e të mësuarit:

Mënyra e të mësuarit në lëndën e MSM do të jetë nga 2 orë ligjërata në javë. Në çdo javë nga dy orë të plota janë parapare për konsultime me studentë.

Objektivat e lëndës:

- Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohurit themelore nga Menaxhim i i strategjive të marketingut.

Efektet e pritura të lëndës:

Mësimi i lëndës të MSM, studentëve do t'ju mundësojë që të:

- Kuptojnë rëndësinë e MSM në ekonominë e tregut ;
- Kuptojnë noicionin MSM,
- Studiojnë raportin e Marketingut dhe strategjise,
- Përdorin SWOT analizen,
- Zgjedhjen e strategjive të marketingut,
- Planifikojnë strategjite konkurruese të marketingut,
- Shfrytëzojnë STP për pozicionim në treg;
- Njohin strategjite luftareake të marketingut dhe të
- Implementojnë dhe vlerësojnë strategjite të marketingut

Parimet e mësimdhënies:

Procesi mesimor do të mbështetet në këto parime kryesore:

- *Parimi i qasjes integrale dhe ineraktive,*
- *parimi i lidhjes së teorisë me praktikën.*
- *parimi i impementimit të dijes së fituar,*
- *parimi i qasjes sistemore dhe*
- *parimi kreativ*

Metodat dhe mjetet mësimore

Metodat e mëimit në lëndën e MSM përfshijn vepramtarin e ngjeshur të pedagogot dhe të studentit sepse ato nuk janë vetëm mjete të transmetimit të dijes nga pedagogu të studentit por ato kërkojnë edhe një pjesëmarrje më aktive në procesin e të mësuarit. Metodat 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.

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 vizuele mësimi bëhet më i mirë sepse arihet që marrja e informatave të realizohet në dy forma: audio (të dëgjuarit) dhe vizuele (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 pregadis slajde me imazhe të ndonjë fotografije të lidhur me problemin dhe u prezantohet studentëve gjatë ligjeratave dhe ushtrimeve.

Detalet nga instrumentet e vlerësimit

Vlerësimi i dijeve dhe aftësive të fituara bëhet përmes:

📖	Vijueshmerise,	10 pike
📖	Aktivitetit dhe punimi seminarik :	10 pike
📖	Kolokfiumi i pare:	40 Pike
📖	Kolokfiumi i dyte:	40 Pike
📖	<u>Gjithsejt:</u>	100 pike
📖	Vlerësimi i provimit përfundimtar, që vlersohet me 55% të suksesit, me një sistem të ndërtimit të mëtejme të notës përfundimtare me kriteret tjera të lartë theksuara.	

Programi - Strategjitë e Marketingut

- ➔ Kuptojne rendesine e MSM ne ekonomine e tregut ;
- ➔ Kuptojne noicionin MSM,
- ➔ Studiojne raportin e Marketingut dhe strategjise,
- ➔ Teknikat per formimin e strategjive te marketingut;
- ➔ Perdorin SWOT analizen,
- ➔ Perdorimi i PESTEL Analizes;
- ➔ Perdorimi i BCG dhe GE analizes;
- ➔ Perdorimi i Amzes te Ansoff-it,
- ➔ Llojet dhe Zgjedhja e strategjive te marketingut,
- ➔ Amaliza e konkurrences dhe strategjite konkuruese te marketingut,
- ➔ Strategjia e STP per pozicionim ne treg;
- ➔ Strategjite e marketing miksit – 4P ose 7P
- ➔ Strategjite luftarake te marketingut dhe
- ➔ Implementimi , evaluimi dhe kontrollii i strategjive te marketingut,
- ➔ Prezentimi i rasteve studimore.

LITERATURA:

- O. Ferrell & M. Hartline: Marketing Strategy, 4e 2006
 Natasa Renko : Strategjije marketinga, Zagreb 2006
 Nail Reshidi: Ligjerata te autorizuar, PR, 2013
 Nail Reshidi & Bardhyl Ceku: Marketingu, 2006
 Kotler & Keller: Marketing Management, 2012