



**Universiteti i Prizrenit “ Ukshin Hoti”**  
**Fakulteti Ekonomik**  
**Programi: Administrim Biznesi**

<b>PROGRAMI MËSIMOR – SYLLABUS</b>							
Niveli i studimeve	Master	Programi	AB	Viti akademik	2017/18		
LËNDA		<b>Menaxhimi i Marketingut</b>					
Viti	I	Statusi i lëndës	E Obligueshme	Kodi		ECTS kredi	<b>6</b>
Semestri	I						
Javët mësimore		15	Orët mësimore			Ligjërata	<b>2</b>
						Ushtrime	<b>1</b>
Metodologjia e mësimimit		Ligjëratat interaktive, ushtrime, diskutime, punime seminarike					
Konsultime							
Mësimdhënësi	<b>Prof. Ass. Dr. Hysni Terziu</b>			e-mail	Hysni.terziu@hotmail.com		
				Tel.	044 -134 -730		
Asistenti				e-mail			
				Tel.			

<b>Qëllimi studimor i lëndës</b>	<b>Përfitimet e studentit</b>
<p>Lënda “Menaxhimi i Marketingut” ka për qëllim që tu ofrojë studentëve njohuri lidhur me konceptet, rolin, detyrat, promovimin, analizat, zhvillimet strategjike dhe procesin e marrjes së vendimeve menaxheriale të veprimtarive ekonomike në kompani, për plotësimin e kërkesave dhe nevojave të konsumatorëve.</p>	<p>Pas përfundimit të kursit, studentët:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- do të kenë njohuri për format e organizimit të menaxhimit të marketingut në ndërmarrje,</li> <li>- do të dinë të bëjnë planifikimin e marketingut në korporatë, dhe krijimin e planit të marketingut,</li> <li>- do të dinë të analizojnë politika dhe strategjit e formomit të çmimeve dhe metodat e formimit të tyre.</li> <li>- do të kenë aftësi dhe shkathtësi që të marrin vendime dhe veprime të duhura menaxheriale,</li> <li>- do të kenë aftësi dhe shkathtësi që të bëjnë kerkimet e tregut dhe parashikimi i shitjeve;</li> <li>- do të dinë të zgjedhin modelin i sistemit të marketingut dhe modelet e sjelljes së</li> </ul>

	konsumatoreve; - do të dinë të krijojnë strategjit e marketingut me orjentim në kompani (implementim, kontroll). - do të dinë ta zbatojnë procesin e menaxhimit të marketingut duke patur parasysh perspektivën menaxheriale të marketingut.		
<b>Format e mësimdhënies dhe mësim nxënies</b>			
Ligjërata interaktive, ushtrime, diskutime, punime seminarike, etj.			
<b>Kushtet për realizimin e temës mësimore:</b>			
Salla e pajisur me mjete konkretizuese (kompjuter dhe projektor) dhe me mundësi të errësimit të sallës.			
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Metodat e vlerësimit dhe kriteret e kalueshmërisë:</b></li> </ul>			
- Pjesëmarrja dhe aktiviteti në orë: 1-10 pikë - Kolokuiumi Parë: 1- 30% ( 1 - 30 pikë) - Punimi seminarik: 1 – 10% (1 – 10 pikë) - Provimi final: 1- 60 % (1 - 60 pikë)	<b>Vlerësimi në %</b>	<b>Nota përfundimtare</b>	
	91 - 100	10 ( ECTS – A)	
	81 – 90	9 ( ECTS - B)	
	71 – 80	8 ( ECTS - C)	
	61 – 70	7 ( ETCS - D)	
	51 – 60	6 ( ETCS - E)	
	40 - 50	5* ( ETCS – FX)	
<b>Obligimet e studentit:</b>			
<b>Ligjërata</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vijimi i ligjëratave dhe pjesëmarrja aktive në diskutime gjatë ligjëratave</li> <li>Pjesëmarrja në kolokuiume</li> <li>Pjesëmarrja në provim</li> </ul>		<b>Ushtrime</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vijimi i orëve të ushtrimeve</li> <li>- Respektimi i kodit të mirësjelljes etj</li> </ul>	
<b>Ngarkesa e studentit për lëndën</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/Javë</b>	<b>Gjithsej:</b>
Ligjërata	3	15	45
Punë praktike	8	3	24
Konsultime me mësimdhënësin	1	9	9
Vizita pune në teren	2	3	6
Seminare	4	3	12
Koha e studimit vetanak	2	6	12
Përgatitja përfundimtare për provim	6	10	60
Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim, etj)	2	3	6
Projekte, prezantime, etj	1	1	1
<b>Vërejtje: 1 ECTS kredi=25 orë angazhim, p.sh nëse lënda i ka 6 ECTS kredi, studenti duhet të ketë angazhim gjatë semestrit 150 orë</b>		<b>Ngarkesa totale:</b>	<b>150</b>
Java	<b>Ligjërata</b>	<b>Ushtrime</b>	

1.	Tema	Orët	Tema	Orët
	Hyrje: <input type="checkbox"/> Kuptimi dhe roli i Menaxhim Marketingut dhe historiku i zhvillimit të marketingut		Pyetje dhe diskutime	
2.	<input type="checkbox"/> Përpilimi i planit dhe strategjive të Marketingut;		Ushtrime lidhur me strategjit e plan marketingut.	
3.	<input type="checkbox"/> Sistemi i marketingut, modeli i sistemit të marketing dhe Modelet e sjelljes të konsumatoreve;		Ushtrime lidhur me modelet më atraktive në marketing.	
4.	<input type="checkbox"/> Marrja e vendimeve në procesin e marketingut dhe fazat e tijë (analiza,planifikimi,implementimi, kontrolli.		Pyetje dhe diskutime	
5.	<input type="checkbox"/> Planifikimi i marketingut në korporatë, Komponentet e mjedisit (variablat situative). Analiza e profitit të produktivitetit të kompanisë.		Ushtrime lidhur me ndikimin e disa variablave të ngritjes së produktivitetit të punës.	
6.	<input type="checkbox"/> Procesi menaxhimit të marketingut. Perspektiva menaxheriale e marketingut.		Shembuj të menaxhimit të mirë në proces të marketingut.	
7.	<input type="checkbox"/> Analiza e konkurrencës, Kerkimet e tregut dhe parashikimi i shitjeve;		Pyetje dhe diskutime	
8.	Kolokuiumi i parë			
9.	<input type="checkbox"/> Politika dhe strategjit e formomit të çmimeve. Metodrat e formimit të çmimeve.		Shembuj të llogaritjes së çmimeve përmes metodave të ndryshme.	
10.	<input type="checkbox"/> Format e organizimit të menaxhimit të marketingut. Format e organizimit të		Shembuj të menaxhimit të suksesshëm në marketing.	

	departamenteve të marketingut.			
11.	<input type="checkbox"/> Strategjit e menaxhimit të marketingut. Domethënja e strategjive të marketingut		Ushtrime	
12.	<input type="checkbox"/> Strategjit për krijimin e marketing orjentimeve në kompani (implementim, kontroll).		Ushtrime	
13.	<input type="checkbox"/> Strategjite e distribucionit dhe promocionit,		Pyetje dhe diskutime lidhur me distribuimin dhe promovimin	
14.	<input type="checkbox"/> Strategjite e tregut të synuar.		Ushtrime për përcaktimin e tregut të synuar dhe hulumtimin e tijë.	
15.	<input type="checkbox"/> Strategjite e marketingut dhe sjellja e konsumatorëve.		Pyetje diskutime	

**LITERATURA:**

- Bardhyl Ceku: (2010), Drejtim marketingu, Pegy, Tirane.
- Nail Reshidi & Bardhyl Ceku: (2006), Marketingu, FET, Tiranë.
- Koteler and Keller: (2016), Marketing Management , Pearson Education Limited.

**Vërejtje për studentin:**

- Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë rregullat e institucionin.
- Duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në mësim.
- Është e obligueshme që të ketë ID në test.
- Gjatë hartimit të punimeve, studenti duhet t'i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësime dhënësi.
- Në orët e testimit nuk lejohet përdorimi i telefonave mobil.