



Universiteti "Ukshin Hoti" Prizreni

Fakulteti Ekonomik

Programi - Menaxhment Ndërkombëtar

PROGRAMI MËSIMOR - SYLLABUS							
Niveli i studimeve	Bachelor	Programi	Menaxhment Ndërkombëtar	Viti akademik	2019/20		
LËNDA		Sjellja e Konsumatorit					
Viti	2	Statusi i lëndës	zgjedhore	Kodi		ECTS kredi	4
Semestri	3						
Javët mësimore	15	Orët mësimore 45			Ligjërata	Ushtrime	
					2	2	
Metodologjia e mësimit	Ligjërata, ushtrime, punime seminarike, konsultime, teste.						
Konsultime							
Mësimdhënësi	Prof. Asoc. Dr. Isuf Lushi			e-mail	Isuf.lushi@uni-prizren.com		
				Tel.	049/547 171		
Asistenti				e-mail			
				Tel.			

Qëllimi studimor i lëndës	Përfitimet e studentit
<p>Sjellja Konsumatore është një lëndë që studion përse dhe si konsumatorët marrin vendimet të caktuara dhe si sjelljet e tyre ndryshojnë nën ndikimin e faktorëve të caktuar.</p> <p>Lënda përqendrohet shumë në ndikimin e faktorëve psikologjik të konsumatorët, faktorëve të mjedisit të jashtëm dhe situatave e gjendjes në të cilat mund të ndodhet konsumatori kurdo që vendosë të blejë diçka.</p> <p>Duhet të theksohet se lënda nuk studion vetëm aktin e blerjes por studion edhe procesin para dhe pas blerjes, madje studion se si posedimi ose mungesa e gjërave mund të ndikojnë në sjelljet konsumatore në përgjithësi.</p>	<p>Në përfundim të kësaj lënde studentet do të jetë në gjendje që të:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Të njohin rëndësinë e sjelljeve konsumatore dhe përdorimin e këtyre njohurive në favor të biznesve, 2. Të dinë procesin e marrjës se vendimeve konsumatore, 3. Të njohin faktorët individual që përcaktojnë sjelljen konsumatore, 4. Të njohin ndikimin e mjedisit në sjelljen konsumatore, 5. Të njohin ndikimet në sjelljen konsumatore. 6. Te shpjegoj lidhjet ndërmjet Sjelljes konsumatore individuale dhe organizative

<p>Sjellja konsumatore krijon një mundësi për të kuptuar me mirë se përse konsumatorët zgjedhin produktet dhe kompanitë e caktuara, çfarë ngjet në botën e biznesit, përse dikush është i suksesshëm e dikush jo. Nëse kompanitë kanë informacione se cilët janë faktorët që ndikojnë në sjelljet e konsumatorëve dhe si ndikojnë ato, atëherë ato mund t'i përshtasin produktet dhe shërbimet më mirë konsumatorëve. Kjo shërben si hap i parë për hartimin e politikave dhe marrjen e vendimeve të duhura në Marketing.</p> <p>Lënda jep modelin me të avancuar për të kuptuar marrjen e vendimeve konsumatore, gjë që shërben si një program për suksesin e bizneseve në ekonominë e tregut dhe në kohën e hipërkonkurrencës.</p>	
--	--

Metodologjia për realizimin e temave mësimore:		
Ligjërata, ushtrime, qasje interaktive , konsultime, punime seminarike .		
Kushtet për realizimin e temës mësimore:		
Literatura adekuate, përdorimi i mjeteve të TI.		
Mënyra e vlerësimit të studentit (në%)		
	Vlerësimi në %	Nota përfundimtare
	Deri në 10 pikë dhe këto pikë vlerësohen në totalin e pikëve nga kollokviumi dhe testi përfundimtarë.	51-60% -nota 6 61-70 7 71-80 8 81-90 9 91-100 10
Kollokviumi	50% të pikëve të mundshme +1 pikë kollokviumi konsiderohet i suksesshëm dhe pikët nga ky kollokvium u shtohen pikëve nga provimi përfundimtarë	
Testi përfundimtarë për provim	50% të pikëve të mundshme +1 pikë provimi vlerësohet pozitivë. Këtyre pikëve u shtohen pikët nga punimi seminarik dhe nga kollokviumi për të nxjerrë vlerësimin përfundimtarë	
Obligimet e studentit:		

Ligjërata Studenti duhet të jetë i rregulltë në ligjërata dhe ushtrime ,të shfrytëzoj të gjitha mundësitë për nxënie të dijes,të përdorë literaturën e obliguar dhe më të gjërë,të jetë aktiv dhe të respektoj rregullat mbi shkollimin e lartë të etikës në mirësjellje dhe për bashkëpunim .	Ushtrime Studenti duhet të jetë aktiv në ushtrime dhe të reflektoj gatishmëri dhe dije për iniciativa,ide dhe demonstrim të njohurive të marra në ligjërata.		
Ngarkesa e studentit për lëndën			
Aktiviteti	Orë	Ditë/Javë	Gjithsej:
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime	2	15	30
Punë praktike	1	15	15
Kontakte me mësimdhënësin/konsultime			
Ushtrime në terren			
Seminare			
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak			
Përgatitja përfundimtare për provim	1	10	10
Koha e kaluar në vlerësim(teste,kuize,provim final)	1	15	15
Projekte,prezantime..etj			
Vërejtje: 1 ECTS kredi=25 orë angazhim, gjithsejt 100		Ngarkesa totale:	100

Java	Ligjërata	Orët	Ushtrime	Orët
1.	Tema Njohje me lëndën, Kuptimi dhe evoluimi i sjelljes Konsumatore	2	Tema Pyetje për diskutim	2
2.	Studimi i sjelljes konsumatore dhe perspektiva e saj	2	Pyetje për diskutim dhe shembuj	2
3.	Kultura dhe Nën-kultura	2	Shembuj	2
4.	Demografia dhe Klasa sociale	2	Shembuj	2

5.	Familja dhe grupet e referimit	2	Shembuj plani i biznesit	2
6.	Komunikimi brenda grupeve dhe shpërndarja e risive	2	Shembuj	2
7.	Perceptimi	2	Shembuj	2
8.	Kollokfiumi Konsultime	2		2
9.	Te mësuarit dhe kujtesa	2	-Shembuj praktik, interaktivitet	2
10.	Motivi, personaliteti dhe emocioni	2	Shembuj dhe interaktivitet	2
11.	Qëndrimi dhe stili i jetës	2	Pyetje për diskutim, shembuj.	2

12.	Vendimarrja dhe stadet e saj(njohja e problemit)	2	Shembuj dhe diskutime	2
13.	Stadet e procesit të vendimarrjes(kërkim informacioni)	2	shembuj	2
14.	Stadet e procesit të vendimarrjes(Vlerësimi alternativat dhe blerja)dhe Stadet e procesit te vendimarrjes (Pas blerja)	2	-Shembuj dhe diskutime	2
15.	Pergaditje për provim	2		

LITERATURA

Semiha Loca, Sjellja konsumatore, 2012
Vjollca Bakiu, Sjellja konsumatore, 2010.
Artan Xh. Duka, Sjellja konsumatore, 2009.
Michael Solomon, Gary Bamossy, Soren Askegaard, Margaret K. Hogg – Consumer Behaviour, 2006.
Roger D.Blackwell, Paul W. Miniard, James F.Engel – Consumer Behavior, 2006.
Williams L. Wilke, Consumer Behavior,, 1986.
Kotler & Armstrong (2008). *Principles of Marketing*.
Kotler & Armstrong (2013).Parimet e marketingut. Botimi I 13.Tiranë.

VËREJTJE

Vërejtje për studentin:

- 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.