



UNIVERSITETI I-“UKSHIN HOTI”

FAKULTETI EKONOMIK

Drejtimi: Administrim Biznesi-Programi-Agrobiznes

PROGRAMI MËSIMOR – SYLLABUS-2016-2017							
Niveli i studimeve		Bachelor	Programi	Administrim Biznesi	Viti akademik	2016/17	
LËNDA		Parimet e marketingut ne Agrikulturë					
Viti	Tretë	Statusi i lëndës	O	Kodi		ECTS kredi	5
Semestri	Pesë						
Javët mësimore		15	Orët mësimore 45			Ligjërata	Ushtrime
Metodologjia e mësimimit		Ligjërata, ushtrime,punime seminarike,konsultime,teste.					
Konsultime							
Mësimdhënësi		Prof. Ass. Dr. Isuf Lushi		e-mail	isuf.lushi@uni-prizren.com		
				Tel.	049/547 171		
Asistenti				e-mail			
				Tel.			

Qëllimi studimor dhe përmbajtja e lëndës	Përfitimet e studentit
<p>Lënda parimet e marketingut ne Agrikulturë ka për qëllim ti shëndrroj nevojat dhe kerkesat e shoqërisë ne oportunitet përfitimi, shtjellimin e funksionit të marketingut dhe instrumenteve të nevojshme për implementimin e e përvojës menaxheriale ne marketing si:</p> <p>Definicioni i marketingut,analizat e tregjeve,prodhimi i produkteve dhe marketingu,analizat çmimit ,tregtia ndërkombëtare,kooperativat, industrinë e ushqimit ,industrinë përpunuese, zhvillimi i tregut,standardizimi dhe shkallëzimi,transporti,magazinimi,(njohuritë, analizat dhe interpretimi i tyre).</p> <p>Po ashtu studentët mund te përgatiten për karrierë në fushën e marketingut të produkteve në Agrikulturë,mund te planifikojnë te jenë prodhues për te kuptuar natyrën ndryshuese te sistemit te marketingut qe do te influencoj në shitje,çmime dhe të ardhurat.</p> <p>Ne te ardhmen studentët do te jenë qytetar</p>	<p>Pas përfundimit të ligjëratave, studenti do të jetë në gjendje të:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zhvillojë dhe kuptojë parimet e marketingut ne agrikulturë 2. Ti analizon në mënyrë kritike veprimet aktuale dhe të analizojë ndikimin e tyre potencial në parimet e marketingut ne agrikulturë 3. Do te zgjeroj dijen mbi marketingun e produkteve në Kosovë e me gjerë. 4. Zhvillon aftësitë e të menduarit kritik dhe të vlerësoj dhe veproj ne marketingun e produkteve ne agrikulturë. 5. Analizojë shkaqet dhe zgjidhjet e mundshme për marketingun e produkteve.

<p>me përgjegjësi për te formuar dhe rregulluar industrinë ushqimore që tu shërbej interesave të publikut. Meqenëse ekspertet e marketingut do të jenë bartësit kryesorë të zgjidhjes së problemeve, kjo lëndë do të jetë në funksion të mbërritjes së njohurive nga ana e studentëve në mënyrë që ata nesër të jenë menaxher të suksesshëm në fushat e marketingut.</p> <p>Menaxhimin e zhvillimit të vendimarrjes në fushën e marketingut.</p>	<p>6. Zgjerohet njohurit personale për lidhjet në mes të marketingut dhe lendeve tjera.</p> <p>7. Fitojë njohuri të përgjithshme të lidhjes midis: Prodhimit, tregtimit e aftësive menaxheriale në marketing, etj.</p>				
Metodologjia për realizimin e temave mësimore:					
Ligjërata, ushtrime, qasje interaktive, konsultime, punime seminarike, hulumtime shkencore nga kjo fushë.					
Kushtet për realizimin e temës mësimore:					
Literatura adekuate, përdorimi i mjeteve të TI.					
Mënyra e vlerësimit të studentit (në%)					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Vlerësimi në %</th> <th>Nota përfundimtare</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Deri në 10 pikë dhe këto pikë vlerësohen në totalin e pikëve nga kollokviumi dhe testi përfundimtarë.</td> <td>51-60%-nota 6 61-70 7 71-80 8 81-90 9 91-100 10</td> </tr> </tbody> </table>	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
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				
Një punim seminarik					
Kollokviumi	<p>50% të pikëve të mundshme + 1 pikë kollokviumi konsiderohet i suksesshëm dhe pikët nga ky kollokvium u shtohen pikëve nga provimi përfundimtarë</p>				
Testi përfundimtarë për provim	<p>50% të pikëve të mundshme + 1 pikë provimi vlerësohet pozitivë.</p> <p>-Këtyre pikëve u shtohen pikët nga punimi seminarik dhe nga kollokviumi vetëm në afatin e parë të provimit pas përfundimit të ligjeratave për të nxjerrë vlerësimin përfundimtarë.</p>				
Obligimet e studentit:					

Ligjërata Studenti duhet të jetë i rregullt në ligjërata ,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 javë	30 orë
Ushtrime	1	15 javë	15 orë
Punë praktike			
Kontakte me mësimdhënësin/konsultime			
Ushtrime në terren			
Punë hulumtuese,seminare	1	15 javë	15
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak	2	15 javë	30
Përgatitja përfundimtare për provim			30
Koha e kaluar në vlerësim(teste, kuize, provim final)			
Projekte,prezantime,kollokviume..etj			5
Vërejtje: 1 ECTS kredi=25 orë angazhim, p.sh nëse lënda i ka 5 ECTS kredi student duhet të ketë angazhim gjatë semestrit 125 orë		Ngarkesa totale:	125
	Ligjërata	Ushtrime	
1.	Tema Njohje me lëndën; Hyrje ne parimet e marketingut ne Agrikulturë; <ul style="list-style-type: none"> Çështë marketingu Definicioni i marketingut Marketingu proces shtues-vlere, Perspektiva e marketingut,zhvillimi dhe roli i tij.Marketigu i ushqimeve ne ekonomi e tregut. etj 	Orët 2	Tema Orët 1
2.	Analizat e tregjeve te produkteve në Agrikulturë dhe ushqimeve <ul style="list-style-type: none"> Trajtimi funksional,institucional,i sistemit te sjelljes Menaxhimi i marketingut te ushqimeve. Analiza e performances së 	2	Ushtrime 1

	<p>tregut ne industrinë e ushqimit,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efiqienca e marketingut te ushqimeve, • Konsumatorët dhe marketingu i ushqimeve. etj. 			
3.	<p>Prodhimi dhe marketingu;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Format e marketingut,karakteristikat e produktit,prodhimit, • Problemet e marketingut, • Alternativat e marketingut në fushën e Agrikulturës 	2	Ushtrime	1
4.	<p>Konsumi i ushqimeve dhe maketingu.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi i preferencës te ushqimi, • Konsumi i ushqimit dhe menyra e shpenzimit, • Demografit,te ardhurat,dieta ,shëndeti,tregu ushqimor. 	2	Ushtrime	1
5.	<p>Industria përpunuese dhe përpunimi i ushqimit.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menaxhimi i marketingut strategjitë e produktit, • Struktura e industrisë së ushqimit, • Vendosja e firmave te përpunimit,ligji i zonave te tregut,shkenca e ushqimit dhe marketingu, • Problemet e menaxhimit nga përpunuesit e ushqimit. 	2	Ushtrime	1
6.	<p>Shitja me shumic dhe pakic e ushqimit,</p>	2	Ushtrime	1
7.	<p>Tregtia ndërkombëtare e ushqimit. Analizat e çmimit dhe funksioni i këmbimit</p>	2	Ushtrime	1
8.	<p>Kollokviumi</p>	2		1
9.	<p>Konkurenca ne tregjet ushqimore. Çmimet e produktit te fermes dhe çmimet e ushqimit.</p>	2	Ushtrime	1
10.	<p>Kostot e marketingut te ushqimeve. Organizimii ndryshueshem ne tregjet ushqimore.</p>	2	Ushtrime	1

11.	Koperativat ne industrin e ushqimit. Zhvillimi i tregut dhe zgjerimi i kërkesës.	2	Ushtrime	1
12.	Fuqia ne treg dhe fuqia per marrveshje. Informacioni mbi tregun.	2	Ushtrime	1
13.	<ul style="list-style-type: none"> • Standartizimi dhe shkallzimi. • Transporti. 	1	Ushtrime	1
14.	<ul style="list-style-type: none"> • Magazinimi. • Menaxhimi i riskut dhe tregjet ne afat. 	2	Ushtrime	1
15.	Konsulta dhe përgatitje për provim	2		1

LITERATURA

Literatura bazë: P. Kolnikaj, A. Verquni, B. Male, “MARKETINGU I PRODUKTEVE BUJQËSORE”,2008. Tiranë.

Literatura shtesë:

A. Jakupi; “Marketingu(Bazat)”, 2008, Prishtinë.

A.Verçuni&Gj.Uldedaj; “Bazat e Marketingut”, 2009, Tiranë.

B.Ceku,H.Aliu,H.Deari,:”Parimet e Marketingut”2011,Tetovë.

R.L.KOHL,S,Joseph N.UHL.”Marketing of agricultural products”,New Jersey,2002.

Ph.Aurier,L.Sirieix.”Le marketing des produits agroalimentaires”,Paris,2004.

B.Musabelliu,”Drejtimi i agrobiznesit”, 2005, Tiranë.

B. Musabelliu &P, Kolnikaj ”Kooperimi dhe Integrimi ne Bujqësi”, 2005, Tiranë.

Literature tjetër dhe materiale te ndryshme nga interneti.

VËREJTJE

✚ Për çdo temë mësimore, studentët do të pajisen me materiale të nevojshme në gjuhën shqipe;

✚ Në fund të çdo ore mësimore, grupet e caktuara të studentëve do të angazhohen me detyrë apo rast studimi lidhur me temën e ligjëruar;

Rezultatet e arritura nga detyrat, grupet e studentëve duhet ti prezantojë dhe t'i diskutojnë në orën e ushtrimeve.

Vërejtje për studentin:

Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat shkollore:

✚ Duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në orën mësimore;

✚ Te mbaj disiplinën gjatë ligjëratave;

✚ Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e indeksit në teste dhe provim;

Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet ti përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.