



KOLEGJI - COLLEGE
BIZNESI
Prishtinë

www.kolegjibiznesi.com | info@kolegjibiznesi.com

038 500 878 | 044 500 878 | 049 500 878

Prishtinë, Ulpianë, rr. "Motrat Qiriaz" nr. 29

PLANPROGRAMI MËSIMOR – SYLLABUS							
Niveli i studimeve		Bachelor	Programi	Menaxhment dhe ekonomiks		Viti Akademik	2020-21
Lënda		MARKETING					
Viti	II	Statusi i lëndës	Obligative	ECTS/kredi		6	
Semestri	III						
Javët mësimore		15		Orët mësimore	Ligjërata	Ushtrime	
					2	2	
Metoda e mësimi		Ligjerate e dreperdrejte. Menyra konkretizimi. Puna me grupe. Dialogu.					
Konsultime		Dy orë pas ligjëratave					
Mësimdhënësi		Dr.Nexhmije Kabashi		Tel/mob	044-111-491		
				e-mail	nexhmije.kabashi@gmail.com		
Asistenti				Tel/mob			
				e-mail			
Qëllimi studimor dhe përmbajtja e lëndës				Përfitimet e Studentit			
Qëllimi i kësaj lënde është të pajisë studentët me njohuritë profesionale nga sfera e marketingut , si dhe te zhvilloj , pasuroj dhe te zbatojne ne praktike aftesite e tyre(studenteve)me njohuri nga shkence e marketingut..				Njohuritë:			
				Aftesimi profesional ne skencat ekonomike , mesim i rregullave dhe metodave te ndryshme nga sfera e shkeces se marketingut, njoftim me per se afermi me elementet e marketingut dhe aplikimin e marketingut ne afarizem. .			
				Aftësitë:			
				Zbatimi dhe aplikimi i njohurive te fituara ne bashepunim me shkathtesit e poseduara dhe te perforcuara gjat ketij kursi mesimor , ne perditshmerin menaxheriale dhe biznesore.			
METODOLOGJIA PËR REALIZIMIN E TEMAVE MËSIMORE							
Prezantimi i temës mësimore në Power Point dhe në projektor në mënyrë direkte duke konkretizuar përdorimin e aplikacioneve përkatëse të MS Office; Gjatë ushtrimeve,në grupe, do të bëhet shqyrtimi i një projekti studimor duke shtjelluar materialin mësimor. Ky kurs do të realizohet duke aplikuar metodat e konkretizimit si: projektor, kompjuter, printer, skaner, internet.							

KUSHTET PËR REALIZIMIN E TEMËS MËSIMORE				
Salla e pajisur me kompjuter dhe projektor, tabela për ushtrimin e detyrave				
Mënyra e vlerësimit të studentit (në %):				
Prezantimi dhe puna grupe: 0-5 % Prezantim Individual: 0-10 % Aktiviteti: 0-5 % Punim seminarik: 0-10 % Testi i I: 0-20 % Testi i II: 0-20 % Provim përfundimtar: 0-30%	Vlerësimi në %	Nota përfundimtare		
	91-100	10 (dhjetë)		
	81-90	9 (nëntë)		
	71-80	8 (tetë)		
	61-70	7 (shtatë)		
	51-60	6 (gjashtë)		
OBLIGIMET E STUDENTIT				
Ligjërata	Ushtrime			
Vijimi i Ligjëratave Pjesëmarrje aktive, Punime seminarike, projekte, Pjesëmarrje ne teste dhe ushtrime, Provimi përfundimtar.	Pjesëmarrje ne ushtrime Puna individuale dhe grupe ne raste studimi, Pjesëmarrje diskutime.			
NGARKESA E STUDENTIT PËR LËNDËN				
Aktiviteti	Orë	Ditë/Javë	Gjithsejtë	
Ligjërata	2	15	30	
Ushtrime	2	15	30	
Punë Praktike	1	15	15	
Kontakte me mësimdhënësin	1	10	10	
Ushtrime në teren	2	5	10	
Kolekfiume/seminare	5	2	10	
Detyra të shtëpisë	1	5	5	
Koha e studimit vetanak	1	15	15	
Përgatitja përfundimtare për provim	10	1	10	
Koha e kaluar ne vlerësime (teste, kuiz, provimi final)	5	2	10	
Projektet propozimet	5	1	5	
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		Ngarkesa totale:	150	
Java	Ligjërata		Ushtrime	
	Tema	Orët	Tema	Orët
1	Java e I-rë: Hyrje, nocioni dhe karakteristikat e marketingu, historiku i marketing miksit dhe mjedisi i marketingut miks; B.Ceku &N.Rashidi,,Marketingu”- Prishtinë ,2016 fage 1-7	2	Ushtrime –mbi hyrjen, nocioni dhe karakteristikat e marketingu, historiku i marketing miksit dhe mjedisi i marketingut miks;	2

	.			
2	<u>Java e II-të:</u> Lidhjet midis sistemit të marketingut dhe të faktorëve të mjedisit, evolucioni i marketingut, mundësitë e suksesit të marketing miksit dhe etapat e zhvillimit të tij; B.Ceku & N.Rashidi, „Marketingu”- Prishtinë ,2016 faqe 7-15	2	Ushtrime- mbi lidhjet midis sistemit të marketingut dhe të faktorëve të mjedisit, evolucioni i marketingut, mundësitë e suksesit të marketing miksit dhe etapat e zhvillimit të tij	2
3	<u>Java e III-të:</u> Funkcionet e marketingut, zgjerimi i fushës së marketingut, kritikën, mbrojtja e konsumatorit (konsumerizmi). B.Ceku & N.Rashidi, „Marketingu”- Prishtinë ,2016 faqe 7-15	2	Ushtrime rreth funksioneve të marketing-miksit, mbrojtjes dhe respektimit të drejtave konsumatore dhe elaborime me shembuj konkret.	2
4	<u>Java e IV-të:</u> Segmentimi i tregut dhe mënyra më e mirë e segmentimit të tregut <u>Literatura:</u> <i>1) B. Ceku, N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2016 fq 21-31</i>	2	Ushtrime lidhur me segmentimin e tregut, llojet e segmentimit të tregjeve.	2
5	<u>Java e V-të:</u> Kërkimet e tregut-metoda të kërkimit shkencor <i>Literatura: B. Ceku & N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2016 fq 67-85</i>	2	Ushtrime lidhur me hulumtimet e tregut, qendrimet menaxheriale ndaj kërkesave të tregut, nevojat për kërkimet e tregut, etj.	2.
6	<u>Java e VI-të:</u> Sjelljet e Konsumatorëve dhe problemet e tyre (konsumatore) <u>Literatura:</u> <i>1) . B.Ceku N.Rashiti “Marketingu” Prishtinë 2016 fq. 93-102</i>	2	Ushtrime lidhur me konsumatorët, llojet dhe rëndësinë e tyre, si dhe disa nga problemet konsumatore.	2
7	<u>Java e VII-të:</u> Politika e produktit dhe zhvillimi i tij (i produktit) <u>Literatura:</u> <i>1) B.Ceku N.Reshiti “ Marketingu” Prishtinë 2018 fq. 107-154</i>	2	Ushtrime lidhur me produktet dhe shërbimet, llojet, rëndësinë e tyre , fazat e ciklit jetësor si dhe braktisjen e tyre.	2

8	Java e VIII- Testi i parë me shkrim (vlersimi i pare me shkrim intermediat)	2	Ushtrime: Komunikimi i vleresimeve nga testi i pare me shkrim,si dhe shtjellimi i pyetjeve dhe detyrave nga ana e bartesit te lendes ne bashkepunim me studentet.	2
9	Java e IX-të: Markimi i produktit ,rol i dhe rëndësia e markës së produktit Literatura: 1) <i>B. Ceku, N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2016 fq 113-114</i>	2	Ushtrime lidhur me rendesine e markave dhe markimet e produkteve si dhe llojet e markave.	2
10	Java e X-të: Cikli i jetës së produktit dhe rëndësia e tij për afarizmin e ndërmarrjes si dhe aktivitetet menaxheriale; Literatura: 1) <i>B. Ceku, N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2016 fq 141-164</i>	2	Ushtrime per cilin e jetes se produtit, rendesine e modifikimeve ne fazat e ndryshme,si dhe aftesite menaxheriale ne jetegjtesine e produkteve.	2
11	Java e XI-të: Koncepti i produktit të ri ,arësyeshmëritë për aplikimin e tij dhe vështirësitë menaxheriale,si dhe llojet e tregjeve sipas konsumit; Literatura: 1) <i>B. Ceku, N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2016 fq 169-198</i>	2	Ushtrime ne lidhje me domosdoshmerine e aplikimit te produktit te ri,llojet e tregjeve sipas konsumit.	2
12	Java e XII-të: Koncepti i produktit të ri ,arësyeshmëritë për aplikimin e tij dhe vështirësitë menaxheriale,si dhe llojet e tregjeve sipas konsumit; Literatura: 1) <i>B. Ceku, N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2016 fq 201-228dhe 229-241</i>	2	Ushtrime ne lidhje me domosdoshmerine e aplikimit te produktit te ri.Shembuj praktik.	2
13	Java e XIII-të: Politika e distribucionit dhe llojet e kanaleve të distribucionit Literatura: <i>B. Ceku, N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2006 fq 261-278</i>	2	Ushtrime lidhur me politiken e distribucionit, llojet dhe arsyeshmerite e aplikimit te kanaleve te distribucionit,etj.	2

14	Java e XIV-Testi i Dytë me shkrim	2	Komunikimi i vleresimeve nga testi i pare me shkrim, si dhe shtjellimi i pyetjeve dhe detyrave nga ana e bartesit te lendes ne bashkepunim me studentet.	2
15	Java e XV-të: Politika e promocionit dhe metodat e formimit te buxhetit per promocionin <i>B. Ceku, N.Reshiti “Marketingu” Prishtinë 2006 fq 281-303</i>	2	Ushtrime ne lidhje me politiken e promocionit, llojet dhe strategjite e promocionit.	2
LITERATURA				
Literatura bazë: 1. B. Ceku e N. Reshiti “Marketingu” – 2016 Prishtine 2..Filip Kotler,,Marketingu”Tiranë(përkthim nga Leonora Hanxhari),viti2007 Literatura Shtesë: 1 Philip Kotler,,Marketingu 3.0” Nga produkti te klientet te shpirti-Prishtine 2013 2.Dr.sc.Mustafe Pillana,,Marketingu ne agrobiznes”Prishtine 2016				
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. <i>Rezultatet e arritura nga ajo detyrë, grupet e studentëve duhet t'i prezantojnë dhe diskutojnë ato në orën e ushtrimeve.</i>				
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 punimet seminarike, të jetë i vëmendshëm në orën mësimore; -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 e hulumtues dhe teknik të punimit; -Testet dhe provimet vlerësohen individualisht për secilin student. Prandaj, studentet duhet të përqendrohen vetëm në njohuritë personale. -Shkelja eventuale e këtyre parimeve etike (rregullave) ndëshkohet konform normave të parapara me ligj.				

Profesori i lëndës:

Dr. Nexhmije Kabashi

