



UNIVERSITETI - UNIVERSITY - UNIVERZITET

"HAXHI ZEQA"

SYLLABUSI I LËNDËS

BAZAT E MARKETINGUT

SYLLABUS								
Niveli i studimeve		Bachelor i shkencave		Programi	Teknologji Informacioni në Biznes dhe Ekonomi		Viti akademik	2023/2024
LËNDA		Bazat e Marketingut						
Viti	II	Statusi i lëndës	OBLIGATIVE	Kodi		ECTS kredi	6	
Semestri	III							
Javët mësimore		15		Orët mësimore		Ligjerata	Ushtrime	
						3	0	
Metodologjia e mësimin		Ligjerata, ushtrime, punime seminarike, konsultime, teste, raste studimi, detyra						
Konsultime		Një orë para dhe një orë pas ligjëratave						
Mësimdhënësi		Prof. Dr. Fatos Ukaj MSc. Besfort Ahmeti		e-mail	fatos.ukaj@uni-pr.edu			
				tel.				
Ushtrimet				e-mail	besfort.ahmeti@unhz.eu			
				tel.				

Qëllimi studimor dhe përmbajtja e lëndës	Përfitimet e studentit
Qëllimi i lëndës është njohja e studentëve me marketingun si fenomen bashkëkohor shoqëror dhe ekonomik. Synon të ju ofroj studentëve njohuri për rolin e marketingut dhe elementeve themelore të tij në zhvillimin e biznesit në lëmitë e ndryshme. Kjo lëndë ofron një hyrje në konceptet dhe teknikat themelore të marketingut. Ajo mbulon tema si hulumtimi i tregut, zhvillimi i produkteve, cmimi, promovimi, distribucioni dhe shqyrton se si këto elemente përkasin së bashku për të krijuar strategji të efektshme të marketingut. Përvetësimi i këtij programi mësimor, i'u mundëson studentëve të përfitojnë në ngritjen e aftësive të tyre për studimet e mëtejme dhe punën praktike.	Njohuritë: - Parimet themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon marketingu në biznes - Njohuritë për analizën, planifikimin, organizimin, menaxhimin dhe kontrollin e marketingut në biznesin në praktikë - Njohuritë për rëndësinë e aplikimit të konceptit të marketingut në biznes, me theks të veçantë në bizneset e orientuara nga teknologjia informative Aftësitë: Pas përfundimit të këtij kursi (lëndë) studenti do të jetë në gjendje që të: - Zhvilloj aktivitetin e marketingut të ndërmarrjeve në mënyrë të pavarur - Projektoj një plan për marketingun e biznesit - Shpjegoj marketingun dhe rëndësinë e tij në biznes dhe shoqëri - Kryej hulumtim të tregut dhe të analizoj të dhënat për të informuar vendimet e marketingut - Zhvilloj dhe cmimoj produkte ose shërbime në mënyra të efektshme - Projektoj dhe të zbatoj fushatë promovuese - Zhvilloj strategji distribucioni

Metodologjia për realizimin e temave mësimore:

• Prezantimi i temës mësimore në Power Point (studentët mund ta shkarkojnë atë pas çdo ligjërata nga ueb faqja e fakultetit) • Rast studimi apo detyrë lidhur me temën e ligjëruar • Përsëritja e temës paraprake, analiza dhe diskutime			
Kushtet për realizimin e temës mësimore:			
• Salla e pajisur me kompjuterë dhe projektor			
Mënyra e vlerësimit të studentit (në %) :			
• Projekt në grup 20% • Testi I 15% • Testi II 15% • Provimi përfundimtar 40% • Detyra dhe raste studimi 10%	Vlerësimi në %	Nota përfundimtare	
	91-100	10 (dhjetë)	
	81-90	9 (nëntë)	
	71-80	8 (tetë)	
	61-70	7 (shtatë)	
	51-60	6 (gjashtë)	
	0-50	5 (pesë)	
	Obligimet e studentit:		
Ligjërata	Ushtrime		
• Vijimi i ligjëratave • Pjesëmarrja aktive në diskutime gjatë ligjëratave • Projekt grupor • Pjesëmarrja në teste • Provimi përfundimtar	• Pjesëmarrja në ushtrime • Puna grupore në raste studimi dhe detyra • Pjesëmarrja në diskutime lidhur me rastet e studimit		
Ngarkesa e studentit për lëndën			
Aktiviteti	Orë	Ditë/Javë	Gjithsej
Ligjerata	3	15	45
Ushtrime	0	0	0
Punë praktike	0	0	0
Kontakte me mësimdhënësit/konsultimet	1	15	15
Ushtrime në terren	-	-	0
Kolokviume, seminare	2	5	10
Detyra të shtëpisë	1	15	15
Koha e studimit vetanak	5	8	40
Përgatitja përfundimtare për provim	2	15	30
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final, etj.)	1	14	14
Projektet, prezentimet, etj.	1	11	11
Vërejtje: 1 ECTS kredi = 30 orë angazhim, p.sh. nëse lënda i ka 6 ECTS kredi studenti duhet të ketë angazhim gjatë semestrit 180 orë		Ngarkesa totale:	180

Java	Ligjerata		Ushtrime	
	Tema	Orët	Tema	Orët
1.	Tema: Hyrje. Njoftimi me syllabusin e lëndës	3		
	Literatura: Syllabusi i lëndës			
2.	Tema: <i>Hyrje në Marketing</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 1 dhe 2			
3.	Tema: <i>Analizua e mjedisit të marketingut</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 3 dhe 4			
4.	Tema: <i>Tregjet e Konsumatorëve dhe tegjet e bizneseve</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 5 dhe 6			
5.	Tema: <i>Sjellja e Konsumatorëve</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 5 dhe 6			
6.	Tema: <i>Strategjitë e Marketingut</i>	3		

	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 7			
7.	Tema: <i>Testi i parë</i>	3		
8.	Tema: <i>Zhvillimi i Produktit</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 8 dhe 9			
9.	Tema: <i>Caktimi i Çmimit</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 10 dhe 11			
10.	Tema: <i>Kanalet e Shpërndarjes</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 12 dhe 13			
11.	Tema: <i>Promovimi</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 15 dhe 16			
12.	Tema: <i>Marketigu i Integruar</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 14			
13.	Tema: <i>Marketigu Digjital</i>	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 17			
14.	Tema: Çështje të Qëndrueshmërisë dhe Etikës në Marketing	3		
	Literatura: Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing, (Botimi i 13-të i përkthyer në shqip); kapitulli 20			
15.	Tema: Testi i dytë	3		

LITERATURA:
Literatura bazë: - Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing Eighteenth Edition. - Harris, L.C., Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2020. Principles of Marketing Eighth European Edition. Literatura shtesë: - Kotler, P. dhe Armstrong, G., 2013. Parimet e Marketingut, Botimi i 13-të. përkthyer nga UET Press. - Literaturë tjetër bashkëkohore që përcaktohet nga mësime të mësimdhënësi
SHËNIM:
• Për çdo temë mësimore, studentët do të pajisen me materiale të nevojshme • 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 ajo detyrë, duhet të prezantohen dhe diskutohen në orët 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 ligjërave, ushtrimeve dhe 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 t'i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësime të mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit