



UNIVERSITETI - UNIVERSITY - UNIVERZITET

“HAXHI ZEKA”

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Agrobiznesit
Titulli i lëndës:	Marketingu i produkteve të qëndrueshme agroushqimore
Niveli:	Master
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	II
Numri i orëve në javë:	2+2
Vlera në kredi – ECTS:	5
Koha / lokacioni:	//
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Ass. Dr. Filipos Ruxho
Detajet kontaktuese:	E-mail:filipos.ruxho@unhz.eu
Përshkrimi i lëndës	<p><i>Lënda përfshinë konceptet themelore të tregut, asimetrinë e informacionit, strategjinë e marketingut dhe marketingut në epokën e krizës globale mjedisore. Në këtë lëndë janë të përfshira edhe Politika moderne e biznesit, problemet globale dhe konceptet e marketingut si një funksion i cilësisë dhe qëndrueshmërisë (jeshile dhe e zgjuar). Gjithashtu do të shtjellohet përgjegjësia sociale e agrobiznesit dhe strategjisë / instrumenteve të marketingut (grupe problemesh), lidhjet midis cilësisë urbane / rurale të jetës dhe rrjeteve ushqimore, produkte të qëndrueshme agroushqimore - vlera e shtuar e saj, forcat lëvizëse prapa zhvillimit të tij dhe shërbimeve të reja (nënprodukteve) të sektorit (grupe problemesh). Kuptimi i kërkesës dhe sjelljes së përgjegjshme sociale të konsumatorit si forca lëvizëse prapa mënyrave alternative të prodhimit, shpërndarjes dhe përpunimit të ushqimit, koncepti i modernitetit reflektiv - (grupe problemesh). Në kapituj të veçantë do të shpjegohet marketingu i produkteve të qëndrueshëm agroushqimor dhe sistemeve alternative të ushqimit - organike, bujqësia urbane, etj (studimi i rastit / projekti).</i></p>
Qëllimet e lëndës:	<p><i>Qëllimi kryesor i kursit është të përmirësojë aftësitë drejtuese të studentit dhe të zhvillojë një aftësi të veçantë për të lidhur ndryshimet në vazhdim të tregut.</i></p>

	<i>Pas përfundimit të këtij kursi studenti duhet të jetë në gjendje të identifikojë lidhjet midis cilësisë së jetës urbane / rurale dhe rrjeteve ekzistuese të ushqimit, duke mbajtur parasysh përgjegjësinë sociale si pjesë të ekuacionit për zhvillim dhe zhvillim të mëtutjeshëm.</i>
Rezultatet e pritura të nxënies:	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Të përshkruajë lidhjen midis problemeve globale, rrjeteve alternative të ushqimit, produkteve të qëndrueshme të pajtueshme-ushqimore (dizajni i gjelbër) dhe filozofia moderne e biznesit (përgjegjësia sociale dhe etika) dhe llojet e reja të konsumatorëve (me vetëdije sociale dhe mjedisore);</i> - <i>Përshkruani shërbimet e reja të ofruara nga rrjetet e qëndrueshme dhe alternative të pajtimit të ushqimit (relaksim, gastro turizëm, rritje personale etj)</i> - <i>Përshkruani qëllimet, parimet dhe elementet kryesore të marketingut të qëndrueshëm për produktet ushqimore;</i> - <i>Përshkruani tendencat e reja të konsumatorit;</i> - <i>Identifikimi i sfidave dhe barrierave që lidhen me tregtimin e produkteve ushqimore të qëndrueshme;</i>

Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxëniet të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	0	0	0
Punë praktike	1	10	10
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	13	13
Ushtrime në teren	-	-	-
Kollokfiume,seminare	2	5	10
Detyra të shtëpisë	-	-	-
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	15	30
Përgaditja përfundimtare për provim	1	6	6
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	2	3	6
Projektet,prezentimet ,etj	2	10	20
Remarks: 1 ECTS credits = 25	Total load		125

hours of engagement, eg. if the course has 5 ECTS credits the student must have 125 hours of engagement during the semester			
Metodologjia e mësimdhënies:	<i>Ky kurs organizohet nëpërmjet të ligjëratarave, punës në grupe të studentëve, pjesëmarrjes aktive në diskutime e, diskutim i rasteve studimore.</i>		
Metodat e vlerësimit:	<i>Punimi seminarik 20% Pjesëmarrja 10% Provimi përfundimtar 70%</i>		
Literatura			
Literatura bazë:	<i>Ruxho F., Hoxha I., Shala N., Beha F., (2023), Marketingu i Produkteve te Qendrueshme Agro-ushqimore, Botime Libri im.</i>		
Literatura shtesë:	<i>2. Available articles, reports, and materials related to the each presented topic.</i>		
Plani i dizajnuar i mësimi:			
Java	Ligjerata që do të zhvillohet		
Java e parë:	<i>Sqarimi i Syllabusit, Hyrje në konceptet themelore te Marketingut te Qendrueshem Agro-ushqimor</i>		
Java e dytë:	<i>Marketingut Global dhe marketingut në epokën e krizës globale mjedisore (raste studimore dhe ushtrime)</i>		
Java e tretë:	<i>Liberalizimi i Tregjeve dhe produktet agro-ushqimore</i>		
Java e katërt:	<i>Strategjia e Marketingut, Planifikimi dhe Kontrolli si një funksion i qëndrueshmërisë dhe cilësisë jeshile. (raste studimore dhe ushtrime)</i>		
Java e pestë:	<i>Sjellja e konsumatorit per produkte te qëndrueshme agroushqimore. Punëtorja: Lloj i ri i konsumatorëve të rinj dhe të gjelbër. (raste studimore dhe ushtrime)</i>		
Java e gjashtë:	<i>Marketingu i Mallrave Agro-ushqimor</i>		
Java e shtatë:	<i>Produkti, Cikli i Jetës se Produktit dhe Zhvillimi i Produktit te ri te Qendrueshem Agroushqimor - vlera e shtuar e tij</i>		
Java e tetë:	<i>Strategjia e Cmimeve te Produkteve te Qendrueshme Agro-ushqimore. Kerkesa dhe Oferta (ushtrime).</i>		
Java e nëntë:	<i>Menaxhimi i Kanaleve te Marketingut dhe Shperndarja Fizike e Produkteve te Qendrueshme Agro-ushqimore. (raste studimore dhe ushtrime)</i>		
Java e dhjetë:	<i>Komunikimet e Marketingut per produkte te Qendrueshme Agroushqimore me Pergjegjesi Sociale (raste studimore dhe ushtrime).</i>		

Java e njëmbëdhjetë:	<i>Asimetria e Informacionit dhe Kerkim Marketingu - (raste studimore dhe ushtrime).</i>
Java e dymbëdhjetë:	<i>Kostot dhe Marzhat e Marketingut (ushtrime).</i>
Java e trembëdhjetë:	<i>Marketingu i produkteve të qëndrueshëm agro-ushqimor dhe sistemeve ushqimore alternative - organike, bujqësi urbane, etj (raste studimore).</i>
Java e katërbëdhjetë:	<i>Punëtorja: Marketingu Digjital/Online dhe i drejtpërdrejt për produkte të qëndrueshme Agro-ushqimore.</i>
Java e pesëmbëdhjetë:	<i>Prezantimi i Planit të Marketingut</i>
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat shkollore</i> • <i>Duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në orën mësimore</i> • <i>Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e kartelës së studentit në teste dhe provim.</i> • <i>Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet të përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësuesi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.</i> 	