

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti i Turizmit dhe ambientit		
Titulli i lëndës:	Menaxhimi i sjelljes së konsumatorit		
Niveli:	Master		
Statusi lëndës:	Zgjedhore		
Viti i studimeve:	I		
Numri i orëve në javë:	4		
Vlera në kredi – ECTS:	6		
Koha / lokacioni:			
Mësimdhënësi i lëndës:	Arben Terstena		
Detajet kontaktuese:	arben.terstena@ushaf.net		
Përshkrimi i lëndës	<i>Lënda fokusohet në një vështrim më të afërt se si konsumatorët përpunojnë informacionet, zhvillojnë preferencat dhe bëjnë zgjedhjen për ta. Pjesa teorike e lëndës tregon se cilat janë preferencat e konsumatorit: kultura, mediat masive, mediat sociale, mendimet, emocionet dhe sjelljet që ndikojnë në sjelljen e konsumatorit.</i>		
Qëllimet e lëndës:	<i>Qëllimi kryesor i kësaj lënde është studimi i sjelljes së individëve, grupeve ose organizatave dhe proceseve që ato përdorin për të zgjedhur, siguruar, përdorur dhe shpërndarë produkte, shërbime, përvoja ose ide, për të kënaqur nevojat dhe dëshirat e tyre.</i>		
Rezultatet e pritura të nxënies:	<p><i>Pas përfundimit të suksesshëm të lëndës, studenti duhet të jetë në gjendje të:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • njohin rëndësinë dhe menaxhimin e sjelljeve të konsumatorëve • kuptojnë ndikimet psikologjike dhe sociologjike në procesin e marrjes së vendimeve konsumatore • formulojnë strategji të duhura të marketingut • fitojnë kuptimin e koncepteve teorike dhe konceptuale të sjelljes së konsumatorit si dhe ti zbatojnë ato në situatat dhe praktikatat e marketingut. 		
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Mësim teorik dhe praktik	4	15	60
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	15	15
Ushtrime në teren			

Kollokfiume, seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	4	15	60
Përgatitja përfundimtare për provim	10	1	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	1	1	1
Projektet, prezantimet ,etj.			
Totali			150
Metodologjia e mësimdhënies: <i>Ligjërata të kombinuara me raste studimi.</i>			
Metodat e vlerësimit: <i>Punim seminarik (rast studimor) 40% Provim 60%</i>			
Literatura			
Literatura bazë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Semiha Loca, Sjellja konsumatore, 2006</i> 2. <i>Management Tools - Customer Relationship Management - Bain & Company". www.bain.com. Retrieved 23 November 2015</i> 		
Literatura shtesë:	<ol style="list-style-type: none"> 3. <i>Gartner Announces Customer Relationship Management Summit 2009". gartner.com. 5 August 2009. Retrieved 8 February 2017.</i> 4. <i>Kardes, F., Cronley, M. and Cline, T., Consumer Behavior, Mason, OH, South-Western Cengage, 2011</i> 		
Plani i dizajnuar i mësim:			
Java	Ligjërata që do të zhvillohet		
<i>Java e parë:</i>	<i>Kuptimi dhe evoluimi i sjelljes konsumatore</i>		
<i>Java e dytë:</i>	<i>Studimi i sjelljes konsumatore dhe perspektivat e saj</i>		
<i>Java e tretë:</i>	<i>Kultura dhe nën kultura</i>		
<i>Java e katërt:</i>	<i>Demografia dhe klasat sociale</i>		
<i>Java e pestë:</i>	<i>Familja dhe grupet e referimit</i>		
<i>Java e gjashtë:</i>	<i>Komunikimi brenda grupeve dhe shpërndarja e risive</i>		
<i>Java e shtatë:</i>	<i>Perceptimi</i>		
<i>Java e tetë:</i>	<i>Të mësuarit dhe kujtesa</i>		
<i>Java e nëntë:</i>	<i>Motivimi, personaliteti dhe emocioni</i>		
<i>Java e dhjetë:</i>	<i>Qëndrimet</i>		
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<i>Stili i jetës</i>		
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<i>Vendimmarrja dhe stadet e saj – Njohja e problemit</i>		
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<i>Stadet e procesit të vendimmarrjes – Kërkimi i informacionit</i>		
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	<i>Stadet e procesit të vendimmarrjes – Vlerësimi i alternativave dhe blerja</i>		
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	<i>Stadet e procesit të vendimmarrjes – pas blerja</i>		

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

Vijueshmëria e rregullt, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në dialog gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.