

## SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Turizmit dhe ambientit
Titulli i lëndës:	E - marketing
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:	Fari Bushi
Detajet kontaktuese:	fari.bushi@ushaf.net
<b>Përshkrimi i lëndës</b>	<i>Kjo lëndë fokusohet në procesin e detajuar të planifikimit dhe zbatimit të një strategjie gjithëpërfshirëse të marketingut elektronik duke përdorur strategjitë alternative të çmimeve, reklamimin, promovimin, dhe kanalet e shpërndarjes. Lënda gjithashtu shqyrton çështje të tjera kritike si blerja dhe mbajtja e klientëve, sfidat me të cilat përballen kompanitë në zbatimin e strategjive të marketingut elektronik në tregjet globale.</i>
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	<i>Qëllimi kryesor i lëndës është ofrimi i njohurive lidhur me parimet dhe praktikën që lidhen me përdorimin e internetit për të rritur aktivitetet e marketingut tek ndërmarrjet e ndryshme. Po ashtu ka të bëjë me përshkrimin dhe kuptimin e terminologjisë, koncepteve dhe aktiviteteve të marketingut elektronik, identifikimin e zhvillimeve të fundit dhe origjinën e tyre në praktikën e marketingut elektronik.</i>
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	<i>Pas përfundimit të suksesshëm të lëndës, studenti duhet të jetë në gjendje të:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kuptojnë rëndësinë e marketingut elektronik dhe rolin e planeve të marketingut elektronik si një komponent të planeve të nivelit të korporatave</li> <li>• menaxhojnë të gjitha aspektet e fushatave në marketingun elektronik, si dhe të bëjnë zgjidhje për sfidat e marketingut</li> <li>• aplikojnë mjetet më të avancuara të marketingut</li> <li>• analizojnë faqet e internetit për të kuptuar kompleksitetin e E- Marketingut.</li> </ul>
<b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)</b>	

<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
Mësim teorik dhe praktik	4	15	60
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	15	15
Ushtrime në teren			
Kollokfiume, seminare	3	3	9
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	15	45
Përgatitja përfundimtare për provim	10	2	20
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	1	1	1
Projektet, prezantimet ,etj			
<b>Totali</b>			<b>150</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b> <i>Ligjërata të kombinuara me raste studimi.</i>			
<b>Metodat e vlerësimit:</b> <i>Punim seminarik (rast studimor) 50% Provim 50%</i>			
Literatura			
<b>Literatura bazë:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strauss, Judy &amp; Frost, Raymond, <i>E-Marketing</i>, 7th ed. UK: Pearson EducationInc, 2014.</li> <li>2. Nail Reshiti, <i>Marketingu</i>, Prishtinë, 2010.</li> </ol>		
<b>Literatura shtesë:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Ligjerata nga Hykmete Bajrami.</li> <li>4. Strauss, Judy &amp; Frost, Raymond, <i>E-Marketing</i>, 7th ed. UK: Pearson EducationInc, 2014.</li> </ol>		
<b>Plani i dizajnuar i mësimit:</b>			
<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>		
<i>Java e parë:</i>	<i>E – marketingu, e kaluara, e tashmja dhe e ardhmja</i>		
<i>Java e dytë:</i>	<i>E – marketingu strategjik</i>		
<i>Java e tretë:</i>	<i>Plani i e – marketingut</i>		
<i>Java e katërt:</i>	<i>Hulumtimi i marketingut elektronik</i>		
<i>Java e pestë:</i>	<i>Lidhja me konsumatorët online</i>		
<i>Java e gjashtë:</i>	<i>Segmentimi</i>		
<i>Java e shtatë:</i>	<i>Targetimi</i>		
<i>Java e tetë:</i>	<i>Pozicionimi</i>		
<i>Java e nëntë:</i>	<i>Oferta Online</i>		
<i>Java e dhjetë:</i>	<i>Vlera Online</i>		
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<i>Distribuidimi dhe plasimi i produkteve përmes internetit</i>		
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<i>Komunikimi në marketingun elektronik – media vetanake</i>		
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<i>Komunikimi në marketingun elektronik – media të paguara</i>		
<i>Java e katërmbëdhjetë:</i>	<i>Promocioni: Interneti për komunikim</i>		
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	<i>Menaxhimi i raporteve me konsumatorët</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.*