

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Turizmit dhe ambientit
Titulli i lëndës:	Menaxhim i marrëdhënieve me klient
Niveli:	Master
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	II
Numri i orëve në javë:	4
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	@ushaf.net
Përshkrimi i lëndës	
Përshkrimi i lëndës	<i>Menaxhimi i marrëdhënieve me klientin është lëndë e cila shqyrton planifikimin, dizajnimin dhe krijimin e bazës së të dhënave, si dhe fokusohet në rolin e CRM në strategjinë e marketingut të firmës, me theks në ndërtimin e marrëdhënieve me klientët dhe ofrimin e shërbimit. Kompanitë përpiqen të përdorin CRM për identifikimin, blerjen, rritjen dhe mbajtjen e konsumatorëve për të fituar përparësi konkurruese dhe për të maksimizuar fitimin.</i>
Qëllimet e lëndës:	
Qëllimet e lëndës:	<i>Qëllimi i kësaj lënde është të njoftojë studentët me konceptet dhe metodat e menaxhimit të marrëdhënieve me konsumatorë-klient. Lënda do të jetë e fokusuar në orientimin dhe metodologjinë që ndërmarrja duhet të përdor për të arritur sukses. Studentët do të shqyrtojnë tre blloqe kryesore të ndërtimit të bazave të të dhënave, anën teknologjike dhe teknikat statistikore.</i>
Rezultatet e pritura të nxënies:	
Rezultatet e pritura të nxënies:	<i>Pas përfundimit të suksesshëm të lëndës, studenti duhet të jetë në gjendje të:</i> <ul style="list-style-type: none"> • kuptoj se si teknika analitike dhe modelet kompjuterike mund të rrisin saktësinë e marrjes së vendimeve me konvertimin e të dhënave në formacione • analizoj fenomenet e marketingut dhe proceset në mënyra që janë të përshtatshme për marrjen e vendimeve • elaboroj shembuj të përdorimit të suksesshëm të bazës së të dhënave • zhvilloj aftësitë e tyre për të ndërtuar, modifikuar dhe zbatuar njohuritë për menaxhimin e marrëdhënieve me konsumatorë-klient.
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	1	10	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	1	1	1
Projektet, prezantimet ,etj.			
Totali			150
Metodologjia e mësimdhënies:			
		<i>Ligjërata dhe ushtrime të kombinuara me raste të studimit dhe diskutime në klasë.</i>	
Metodat e vlerësimit:			
		<i>Punim seminarik (rast studimor) 30% Provim 70%</i>	
Literatura			
Literatura bazë:		1. Francis Buttle, <i>Customer Relationship Management, Concept and Technology, 2-nd Edition, 2008.</i>	
Literatura shtesë:		2. <i>The CRM Handbook: A business guide to Customer Relationship Management-Jill Dyche 2001.</i> 3. <i>Lakshman Jha, Customer Relationship Management: A Strategic Approach. ISBN 9788190721127. Retrieved 8 June</i> 4. <i>Types of CRM and Examples CRM Software". www.crmsoftware.com. Retrieved 22 November 2015.</i>	
Plani i dizajnuar i mësimimit:			
Java	Ligjërata që do të zhvillohet		
<i>Java e parë:</i>	<i>Rëndësia e teknologjisë për bazën e të dhënave për menaxhimin e marrëdhënieve me klientin (CRM)</i>		
<i>Java e dytë:</i>	<i>Kuptimi I bazës së të dhënave për CRM</i>		
<i>Java e tretë:</i>	<i>Mjetet dhe softuerët</i>		
<i>Java e katërt:</i>	<i>Mënyrat e përdorimit të bazës së të dhënave për CRM</i>		
<i>Java e pestë:</i>	<i>3 blloqet kryesore të sistemit CRM: (1) të dhënat, Analiza themelore e klientëve</i>		
<i>Java e gjashtë:</i>	<i>3 blloqet kryesore të sistemit CRM: (2) teknologjia, Analiza themelore e klientëve</i>		
<i>Java e shtatë:</i>	<i>3 blloqet kryesore të sistemit CRM: (3) teknikat statistikore</i>		

<i>Java e tetë:</i>	<i>Teoria e CRM</i>
<i>Java e nëntë:</i>	<i>Zhvillimi i CRM</i>
<i>Java e dhjetë:</i>	<i>Të dhënat, informacioni dhe teknologjia</i>
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<i>CRM: ndikimi në strategjinë e shitjeve dhe marketingut</i>
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<i>Vlerësimi i CRM</i>
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<i>Privatësia</i>
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	<i>Etika e CRM</i>
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	<i>E ardhmja e CRM</i>

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:
<i>Vijueshmëria e rregullt, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në dialog gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.</i>