

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Turizmit dhe Ambientit
Titulli i lëndës:	Menaxhimi dhe Teknikat e Shitjes
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	III
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi - ECTS:	5
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Ass. Dr. Idriz Kovaçi
Detajet kontaktuese:	idriz.kovaci@ushaf.net
Përshkrimi i lëndës:	
	Lënda do të mbështetet kryesisht në praktikat më të mira të menaxhimit, teknikave të shitjes dhe eksplorimit të tregut në kohën e sotme moderne, me praninë e një numri të madh të akterëve në tregun lokal, kombëtar, ndërkombëtar dhe global, dhe me konkurrencën e cila është çdoherë në rritje.
Qëllimet e lëndës:	
	<p>Qëllimi i lëndës është njohja e studentëve me bazat e menaxhimit si fenomen bashkëkohor shoqëror dhe ekonomik, si dhe detyrat bazë të menaxhmentit në ekonomi.</p> <p>Për ta kuptuar menaxhimin dhe funksionimin e tij si sistem, programi mësimor i lëndës është i fokusuar në analizën dhe kuptimin e shprehjeve, dukurive, faktorëve dhe aktiviteteve të cilat lidhen drejtëpërdrejtë apo në mënyrë indirekte me katër funksionet bazë të menaxhimit, të cilat janë: planifikimi, organizimi, udhëheqje dhe kontrolli.</p> <p>Përvetësimi i këtij programi mësimor, iu mundëson studentëve të përfitojnë në ngritjen e aftësive të tyre lidhur me teknikat e shitjes.</p>
Rezultatet e pritura të nxënies:	
	<p>Në përfundim të kësaj lënde studentët do të jenë në gjendje që:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Të kuptojnë parimet themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon menaxhimi, mënyrën bashkëkohore të menaxhimit dhe teknikat e shitjes; ▪ Të përgatiten për mjedise të ndryshme ▪ shitjesh si shitje me pakicë, shitje ballë për ballë, shitje të sofistikuara biznes - biznes; ▪ Të zhvillojnë shkathtësi të ndryshme si: shkathtësitë e komunikimit dhe prezantimit, shkathtësitë e punës në ekip dhe shkathtësitë e të shkruarit; ▪ Të jenë të gatshëm të bëjnë analiza të ndryshme të tregut.

Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	2	1	2
Ushtrime në teren	2	2	4
Kollokfiume,seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	15	45
Përgaditja përfundimtare për provim	5	4	20
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz, provim final)	2	1	2
Projektet,prezentimet ,etj	3	1	3
Totali			125
Metodologjia e mësimdhënies:	Ligjërata dhe ushtrime të kombinuara me raste te studimit dhe diskutime në klasë.		
Metodat e vlerësimit:	Kolokviumi i parë: 0-30% Kolokviumi i dytë: 0-30% Ushtrimet, seminarët: 0-20% Hulumtimet shkencore: 0-10% Interaktiviteti: 0-10% Provimi përfundimtar: 100% Provimi final është vlerësuar me 100% të notës. Provimi përbëhet prej pyetjeve me përgjigje të mundshme, pyetjeve të hapura, dhe një rast të studimit.		
Literatura			
Literatura bazë:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Ramiz Livoreka, “Kërkime Marketingu” Prishtinë, 2011. ▪ Prof. Dr. Berim Ramosaj, “Bazat e Menaxhimit”, Prishtinë, 2013. 		
Literatura shtesë:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Ass. Dr. Idriz Kovaçi, “Menaxhimi dhe Teknikat e Shitjes, 2020. ▪ Vjollca Mullatahiri, “Aftësitë dhe teknikat e shitjes”, 2015. ▪ Stephen Robbins & Mary Coulter, “Management”, New York, 2018. ▪ Samuel Certo & Trevis Certo, “Modern 		

Plani i dizajnuar i mësimit:

Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Prezentimi i syllabusit Njohuri të përgjithshme mbi menaxhimin
Java e dytë:	Planifikimi
Java e tretë:	Organizimi
Java e katërt:	Udhëheqja (Lidershipi)
Java e pestë:	Kontrolli
Java e gjashtë:	Kuptimi i shitjeve si pjesë e lëmisë së marketingut
Java e shtatë:	Kollokviumi I
Java e tetë:	Tregjet e konsumit dhe sjellja blerëse e konsumatorit
Java e nëntë:	Tregu: segmentimi dhe targetimi
Java e dhjetë:	Zhvillimi dhe menaxhimi i produkteve dhe shërbimeve për konsumatorët
Java e njëmbëdhjetë:	Teknikat e shitjes dhe vlerësimi i performancës së shitësve
Java e dymbëdhjetë:	Menaxhimi i shitjeve
Java e trembëdhjetë:	Personeli i shitjes: karakteristikat, rolet, funksionet dhe rëndësia
Java e katërbëdhjetë:	Tregu global: tregtimi pa kufijë
Java e pesëmbëdhjetë:	Kollokviumi II

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

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