

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike	Fakulteti i Menaxhmentit
Titulli i lëndës	Analiza e tregut dhe Sjellja Konsumatore
Niveli	Bachelor
Statusi i lëndës	Obligative
Viti i studimeve	II
Semestri	III
Numri orëve në javë	3
Vlera në kredi - ECTS	5
Koha / lokacioni	USHAF
Mësimdhënësi i lëndës	Prof. Ass. Dr. Arta Jashari
Detajet kontaktuese	Arta.Jashari@ushaf.net
Përshkrimi i lëndës	
Përshkrimi i lëndës	<p>Kjo lëndë ju mëson studentëve konceptet e menaxhimit të marketingut nëpërmjet një serie leximesh të literaturës dhe rasteve studimore që profilizojnë problemet vendimmarrëse me të cilën përballen specialistët e marketingut. Kjo lëndë diskuton marketingun në drejtim të funksionimit të përgjithshëm të organizatës, me theks të veçantë në analizën e tregut si dhe sjelljen e konsumatorit. Lënda thekson ndërlidhjet e koncepteve të marketingut, vendimmarrjes, strategjisë, planifikimit, dhe sistemeve të kontrollit. Në ekonominë e sotshëm kompanitë të cilat kanë informacione se cilët janë faktorët që ndikojnë në sjelljet e konsumatorëve dhe si ndikojnë ato, atëherë ato mund t'i përshtatin produktet dhe shërbimet më mirë konsumatorëve. Kjo shërben si hap i parë për hartimin e politikave dhe marrjen e vendimeve të duhura në Marketing. Lënda jep modelin me të avancuar për të kuptuar marrjen e vendimeve konsumatore, gjë që shërben si një program për suksesin e bizneseve në ekonominë e tregut dhe në kohën e hipërkonkurrencës.</p>
Qëllimet e lëndës	
Qëllimet e lëndës	<p>Qëllimi kryesor i kësaj lënde është që studentet të njoftohen për tregun dhe sjelljen konsumatore, kjo përmes analizës së tregut dhe sjelljes së konsumatoreve, duke përfshirë sjelljen e 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. Lënda përqendrohet shumë në ndikimin e faktorëve psikologjik të konsumatorit, faktorëve të mjedisit të jashtëm dhe situatave e gjendjes në të cilat mund të ndodhet konsumatori kurdo që vendosë të blejë diçka. Duhet të theksohet se lënda nuk studion vetëm aktin e blerjes por studion edhe procesin para dhe pas blerjes, madje studion se si posedimi ose mungesa e gjërave mund të ndikojnë në sjelljet konsumatore në përgjithësi. Sjellja konsumatore krijon një mundësi për të kuptuar me mirë se përse konsumatorët zgjedhin produktet dhe kompanitë e caktuara, çfarë ngjet në botën e biznesit, përse dikush është i suksesshëm e dikush jo.</p>

Rezultatet e pritura të mësimnxënies	<p>Pas përfundimit të suksesshëm të modulit, studentet duhet të:</p> <ul style="list-style-type: none"> • njohin rëndësinë e analizës së tregut dhe menaxhimin e sjelljeve të kosnumatorëve, • 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, • të njihen me teoritë kryesore bashkëkohore në fushën e marketingut, • analizojnë në mënyrë kritike dhe të zgjidhin problemet që lidhen me strategjitë e marketingut, • të zgjerojnë aftësitë analitike të studentëve në formulimin dhe zbatimin koncepteve të integruar të marketingut, • të mundësojë zhvillimin e praktikës për vendim-marrjen e strategjive në biznes. 																																																			
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënës të studentit)																																																				
Aktiviteti	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="803 835 998 888" style="text-align: center;">Orë</th> <th data-bbox="998 835 1206 888" style="text-align: center;">Ditë/javë</th> <th data-bbox="1206 835 1411 888" style="text-align: center;">Gjithsej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="175 888 803 926" style="text-align: center;">Ligjërata</td> <td data-bbox="803 888 998 926" style="text-align: center;">2</td> <td data-bbox="998 888 1206 926" style="text-align: center;">15</td> <td data-bbox="1206 888 1411 926" style="text-align: center;">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 926 803 957" style="text-align: center;">Ushtrimet teorike/detyra</td> <td data-bbox="803 926 998 957" style="text-align: center;">1</td> <td data-bbox="998 926 1206 957" style="text-align: center;">15</td> <td data-bbox="1206 926 1411 957" style="text-align: center;">15</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 957 803 993" style="text-align: center;">Punë praktike</td> <td data-bbox="803 957 998 993" style="text-align: center;">5</td> <td data-bbox="998 957 1206 993" style="text-align: center;">1</td> <td data-bbox="1206 957 1411 993" style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 993 803 1026" style="text-align: center;">Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet</td> <td data-bbox="803 993 998 1026" style="text-align: center;">1</td> <td data-bbox="998 993 1206 1026" style="text-align: center;">5</td> <td data-bbox="1206 993 1411 1026" style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1026 803 1060" style="text-align: center;">Ushtrime në terren</td> <td data-bbox="803 1026 998 1060"></td> <td data-bbox="998 1026 1206 1060"></td> <td data-bbox="1206 1026 1411 1060"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1060 803 1094" style="text-align: center;">Kollokuim – seminare</td> <td data-bbox="803 1060 998 1094"></td> <td data-bbox="998 1060 1206 1094"></td> <td data-bbox="1206 1060 1411 1094"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1094 803 1129" style="text-align: center;">Detyra të shtëpisë</td> <td data-bbox="803 1094 998 1129" style="text-align: center;">2</td> <td data-bbox="998 1094 1206 1129" style="text-align: center;">5</td> <td data-bbox="1206 1094 1411 1129" style="text-align: center;">10</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1129 803 1199" style="text-align: center;">Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)</td> <td data-bbox="803 1129 998 1199"></td> <td data-bbox="998 1129 1206 1199"></td> <td data-bbox="1206 1129 1411 1199" style="text-align: center;">45</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1199 803 1234" style="text-align: center;">Përgatitja përfundimtare në provim</td> <td data-bbox="803 1199 998 1234" style="text-align: center;">3</td> <td data-bbox="998 1199 1206 1234" style="text-align: center;">2</td> <td data-bbox="1206 1199 1411 1234" style="text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1234 803 1268" style="text-align: center;">Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)</td> <td data-bbox="803 1234 998 1268" style="text-align: center;">2</td> <td data-bbox="998 1234 1206 1268" style="text-align: center;">2</td> <td data-bbox="1206 1234 1411 1268" style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1268 803 1304" style="text-align: center;">Projektet, prezantimet etj</td> <td data-bbox="803 1268 998 1304" style="text-align: center;">1</td> <td data-bbox="998 1268 1206 1304" style="text-align: center;">5</td> <td data-bbox="1206 1268 1411 1304" style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="175 1304 803 1373" style="text-align: center;">Totali</td> <td data-bbox="803 1304 998 1373"></td> <td data-bbox="998 1304 1206 1373"></td> <td data-bbox="1206 1304 1411 1373" style="text-align: center;">125</td> </tr> </tbody> </table>	Orë	Ditë/javë	Gjithsej	Ligjërata	2	15	30	Ushtrimet teorike/detyra	1	15	15	Punë praktike	5	1	5	Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet	1	5	5	Ushtrime në terren				Kollokuim – seminare				Detyra të shtëpisë	2	5	10	Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			45	Përgatitja përfundimtare në provim	3	2	6	Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)	2	2	4	Projektet, prezantimet etj	1	5	5	Totali			125
Orë	Ditë/javë	Gjithsej																																																		
Ligjërata	2	15	30																																																	
Ushtrimet teorike/detyra	1	15	15																																																	
Punë praktike	5	1	5																																																	
Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet	1	5	5																																																	
Ushtrime në terren																																																				
Kollokuim – seminare																																																				
Detyra të shtëpisë	2	5	10																																																	
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			45																																																	
Përgatitja përfundimtare në provim	3	2	6																																																	
Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)	2	2	4																																																	
Projektet, prezantimet etj	1	5	5																																																	
Totali			125																																																	
Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)	Ligjërata interaktive me studente lidhur me temat e ligjërara, orientimi në shtjellimin e materialit duke marrë rastet studimi të cilat do të diskutohen në grup, mësimi duke u bazuar në një problem të paraqitur, prezantimi i studenteve për Raste studimi, Punime seminarik-shkencore, Ese apo Hulumtim.																																																			
Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)	70 pikë – nga provimi final i cili do të jetë i organizuar me minimum 5 pyetje me shkrim/goje, 10 pikë – vijueshmëria dhe angazhimi në ligjërata, 20 pikë – punimi i studentit dhe diskutimi interaktiv për: Rast studimi, Punime seminarik-shkencor, Ese apo Projekt hulumtues, Studenti e kalon provimin nëse arrinë min. 50 pikë nga të gjitha kriteret e vlerësimit.																																																			

Mjetet e konkretizimit – TI	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, PowerPoint, etj.
Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit	60% Teori 40% Punë Praktike me raste studimi Punim seminarik, Raste studimi Ese apo Projekt hulumtues,
Literatura	
Literatura bazë	1. Semiha Loca, Sjellja konsumatore, 2012. 2. Peter, J. P, Donnelly, J. H. “Preface to Marketing Management”, (13th ed). McGraw Hill.
Literatura shtesë	1. David A. Aaker, Damien McLoughlin, “Strategic Market Management: European Edition”, Wiley, 2010., 2. Philip T. Kotler, Kevin Lane Keller - Marketing Management (Pearson). 3. Management Tools - Customer Relationship Management - Bain & Company". www.bain.com. Retrieved 23 November 2015. 4. Ramiz Livoreka „Kërkime Marketingu” Prishtinë, 2011.
Plani i dizajnuar i mësimi:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë	Prezentimii Syllabusit, Analiza e tregut në ekonominë e tregut të lirë
Java e dytë	Planifikimi Strategjik dhe Procesi i Menaxhimit të Marketingut Diskutime interaktive,
Java e tretë	Menaxhimin efektiv i marketingut dhe zhvillimi i strategjisë së marketingut Diskutime interaktive,
Java e katërt	Kërkimet e marketingut dhe sistemet e informacionit për vendimmarrjen Diskutime interaktive,
Java e pestë	Komunikimet e integruara të marketingut Diskutime interaktive,
Java e gjashtë	Kuptimi dhe evoluimi i sjelljes konsumatore Diskutime interaktive,
Java e shtatë	Studimi i sjelljes konsumatore dhe perspektivat e saj Diskutime interaktive,
Java e tetë	Kultura dhe nën kultura shoqërore dhe e tregut operues
Java e nëntë	Demografia dhe klasat sociale, familja dhe grupet e referimit Diskutime interaktive,
Java e dhjetë	Komunikimi brenda grupeve dhe shpërndarja e risive Diskutime interaktive,
Java e njëmbëdhjetë	Perceptimi, të mësuarit dhe kujtesa Diskutime interaktive,
Java e dymbëdhjetë	Motivimi, personaliteti dhe emocioni Diskutime interaktive,
Java e trembëdhjetë	Qëndrimet dhe stili i jetës Diskutime interaktive,
Java e katërbëdhjetë	Vendimmarrja dhe stadet e saj – njohja e problemit dhe kërkimi i informacionit Prezantime te punimeve seminarike,

Java e pesëmbëdhjetë	Stadet e procesit të vendimmarrjes – vlerësimi i alternativave para dhe pas blerjes Prezantime te punimeve seminarike
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes	
Studenti është i obliguar t'i vijojë ligjëratat më rregull dhe të ketë sjellje korrekte ndaj kolegëve dhe stafit të Universitetit, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi interaktiv gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.	