

## SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike	Fakulteti i Menaxhmentit
Titulli i lëndës	Shitja dhe Menaxhimi i shitjes
Niveli	Bachelor
Statusi i lëndës	Obligative
Viti i studimeve	III
Semestri	V
Numri orëve në javë	3
Vlera në kredi - ECTS	5
Koha / lokacioni	USHAF
Mësimdhënësi i lëndës	Agim Thaqi, PhD
Detajet kontaktuese	agim.thaqi@ushaf.net
Përshkrimi i lëndës	
Përshkrimi i lëndës	Lëndë fokusohet në rolin që shitja e produkteve ka për afarizmin e ndërmarrjes, literatura shkencore shtjellohet përmes temave Planifikimi si funksion i menaxhmentit, Menaxhimi i distribuimit, Organizimi, Udheheqja, Planifikimi strategjik dhe buxheti, Funksionet e kanaleve të shitjes, Organizimi i distribuimit, Dizajnimi i kanaleve të shitjes, Llojet e kanaleve të shitjes, Sjelljet e kanaleve të shitjes. Shitja dhe menaxhimi i shitjes është një disiplinë e cila është e përqendruar në zbatimin praktik të teknikave të shitjeve dhe menaxhimit të operacioneve të shitjeve të një ndërmarrjeje duke u bazuar në qasjen e marketingut dhe orientimin e arritjeve të objektivave përmes teknikave të avancuara në kuader të strategjive të shitjes - marketingut.
Qëllimet e lëndës	Objektivi kryesor i kësaj lënde është që student të mësojë kryesisht për praktikën më të mirë duke eksploruar tregun dhe teknikat e shitjes në procesin e projektimit të produktit dhe zhvillimin e tij. Studentët duhet të njohin edhe anën psikologjike të konsumatorëve për të krijuar konsumator besnik gjatë procesit të shitjes.
Rezultatet e pritura të mësimnxënies	Pas përfundimit të suksesshëm të modulit, studentet duhet të: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Përfitojnë njohuri bazike për teknikat e shitjes,</li> <li>• Vlerësojnë parimet dhe praktikën e shitjes në ndërmarrje,</li> <li>• Kuptojnë rëndësinë e organizimit të distribuimit për shitjen e produktit,</li> <li>• Dijenë për shitjet e sofistikuara biznes – biznes,</li> <li>• Kompetent për anëtarë të ekipit në ndërmarrje ku planifikohet zbatimi i projekteve të mëdha të shitjes,</li> <li>• Analizojnë se si krijohen produkte të reja dhe faktorët që ndikojnë në suksesin dhe dështimin e tyre në treg,</li> <li>• Kombinojnë teknikat e shitjes në kontest të suksesit të ndërmarrjes,</li> <li>• Implementojnë strategjitë e marketingut në funksion të shitjes në ndërmarrje.</li> </ul>
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënës të	

<b>studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
<b>Ligjërata</b>	2	15	30
<b>Ushtrimet teorike/detyra</b>	1	15	15
<b>Punë praktike</b>	5	1	5
<b>Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet</b>	1	5	5
<b>Ushtrime në terren</b>			
<b>Kollokuiume – seminare</b>			
<b>Detyra të shtëpisë</b>	2	5	10
<b>Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)</b>			45
<b>Përgatitja përfundimtare në provim</b>	3	2	6
<b>Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)</b>	2	2	4
<b>Projektet, prezantimet etj</b>	1	5	5
<b>Totali</b>			<b>125</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)</b>			
	Ligjërata interaktive me studente lidhur me temat e ligjëruara, orientimi ne shtjellimin e materialit duke mare raste studimi te cilat do te diskutohen ne grup, mësimi duke u bazuar ne një problem te paraqitur, prezantimi i studenteve për Raste studimi, Punime seminarik-shkencore, Ese apo Hulumtim.		
<b>Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)</b>			
	Metoda (Kriteret) e vlerësimit: 10 pikë - angazhimi ne ligjërata dhe vijueshmëria, 20 pikë - punim seminari, ese, rast studimi, projekt hulumtues, 70 pikë – provimi final, Testi i Provimit (test me shkrim/gojë) – përmban min. 5 pyetje, Studenti e kalon provimin nëse grumbullon 50 pike nga te gjitha kriteret e vlerësimit,		
<b>Mjetet e konkretizimit – TI</b>			
	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, PowerPoint, etj.		
<b>Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit</b>			
	60% Teori 40% Punë Praktike me raste studimi Punim seminarik, Raste studimi Ese apo Projekt hulumtues,		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë</b>			
	1. Jobber, David, 2019, Selling and Sales Management, 11th Edition, Perason, 2. Frank V. Cespedes, 2021, Sales Management That Works: How to Sell in a World that Never Stops Changing, HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS, Boston, Massachusetts,		
<b>Literatura shtesë</b>			
	1. Hicks,H.G.,Gullet,C.R.:Management, McGraw - Hill, New York 1997. 2. Ball, Ellson and Adamy - Just what you need, 2004. 5. Jonathan Betz – State Tries to Change Image with ad Campaign, 2005. 3. Vjollca Mullatahiri - Aftesite dhe teknikat e shitjes 2015.		
<b>Plani i dizajnuar i mësimi:</b>			

<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>
<b>Java e parë</b>	Prezentimii Syllabusit, Kuptimi i menaxhmentit
<b>Java e dytë</b>	Menaxhmenti si disiplinë shkencore Diskutime interaktive,
<b>Java e tretë</b>	Planifikimi si funksion i menaxhmentit Diskutime interaktive,
<b>Java e katërt</b>	Procesi i vendosjes Diskutime interaktive, Diskutime interaktive,
<b>Java e pestë</b>	Planifikimi strategjik dhe buxheti Diskutime interaktive,
<b>Java e gjashtë</b>	Udheheqja (drejtimi) si funksion i menaxhmentit, Diskutime interaktive,
<b>Java e shtatë</b>	Personeli (staffing), Diskutime interaktive,
<b>Java e tetë</b>	Udheheqja (drejtimi) si funksion i menaxhmentit,
<b>Java e nëntë</b>	Motivimi dhe Kontrolli si funksion i menaxhmentit, Diskutime interaktive,
<b>Java e dhjetë</b>	Menaxhimi i distribuimit, Diskutime interaktive,
<b>Java e njëmbëdhjetë</b>	Funksionet e kanaleve të shitjes, Diskutime interaktive,
<b>Java e dymbëdhjetë</b>	Organizimi i distribuimit, Diskutime interaktive,
<b>Java e trembëdhjetë</b>	Dizajnimi i kanaleve të shitjes, Diskutime interaktive,
<b>Java e katërbëdhjetë</b>	Llojet e kanaleve të shitjes, Diskutime interaktive,
<b>Java e pesëmbëdhjetë</b>	Sjelljet e kanaleve të shitjes, Prezantime te punimeve seminarike
<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes</b>	
Studenti është i obliguar t'i vijojë ligjëratat më rregull dhe të ketë sjellje korrekte nda j kolegëve dhe stafit të Universitetit, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi interaktiv gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.	