

Të dhëna bazike të lëndës			
<b>Njësia akademike:</b>	<b>Fakulteti i Menaxhimit</b>		
<b>Titulli i lëndës:</b>	<b>Menaxhimi dhe zhvillimi i produkteve dhe shërbimve të reja ne ndërmarrje</b>		
<b>Niveli:</b>	<b>Bachelor</b>		
<b>Statusi i lëndës:</b>	<b>Zgjedhore</b>		
<b>Viti i studimeve:</b>	<b>III</b>		
<b>Semestri:</b>	<b>V</b>		
<b>Numri orëve në javë:</b>	<b>3</b>		
<b>Vlera në kredi:</b>	<b>4</b>		
<b>Koha / lokacioni:</b>	<b>USHAF</b>		
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	<b>Prof. Ass. Dr. Gazmend Deda</b>		
<b>Detajet kontaktuese:</b>	<b>Gazmend.Deda@ushaf.net</b>		
<b>Përshkrimi i lëndës</b>			
	Kjo lëndë ka synim identifikimin e nevojave të klientit dhe hulumtimi i tregut, ndikimi i marketingut ne zhvillimin e produkteve të reja, Gjenerimi koncepteve, Nevojat e tregut për qasje inovative për produktet, Globalizimi si determinonte e zhvillimit të produktit, Cikli i dizajnit të produktit, Teknologjia dhe Vlerësimi i Tregut, Hyrje në dizajnin industrial dhe faktorët human, Vlerësimi i kostove të prodhimit, Hyrje në Planet e biznesit.		
<b>Qëllimi i lëndës:</b>			
	Studentët të njoftohen me mënyrën e zhvillimit të një produkti aktual dhe të menaxhimit të zhvillimit të një produkti të ri, me arsyeshmërinë e zhvillimit të produkteve aktuale dhe të reja në ndërmarrje dhe me mënyrën e menaxhimit të tyre, me llojet e produkteve që mund të cilësohen si produkte të reja, me menaxhimin e fazave të zhvillimit të një produkti të ri, me burimet e ideve për zhvillimin e një produkti, të dinë për koston dhe fitimin eventual nëse investojnë ne zhvillimin e produktit aktual apo te ri.		
<b>Rezultatet e pritura të mesimnxënies:</b>			
	Pas përfundimit të suksesshëm të lëndes, studenti duhet të : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuptoj dhe njohe hapat per zhvillimin e produktit te ri,</li> <li>• Përfitoj aftësi elementare per mënyrën e menaxhimit te zhvillimit te produktit,</li> <li>• Kompetente dhe pjesëmarrës aktiv në ekipin mbikëqyrës të zhvillimit të produktit të ri në ndërmarrje,</li> <li>• Të kryen një analizë mbi nevojat dhe kohën për të filluar hartimin e planit për zhvillim të produktit në ndërmarrje,</li> <li>• Identifikoj kohen e përshtatshme per fillimin e modifikimit te produktit aktual per përmirësim te vetive te tije,</li> <li>• Interpretotj analizat e tregut lidhur me nevojat per produkt te ri,</li> <li>• Listoi kriteret per fillimin e procedurës per produktin e ri,</li> </ul>		
<b>Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënit të studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
<b>Ligjërata</b>	2	15	30
<b>Ushtrimet - detyra</b>	1	15	15

<b>Punë praktike</b>			
<b>Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet</b>			
<b>Ushtrime në terren</b>			
<b>Kollokuium/hulumtim</b>	2	2	4
<b>Detyra të shtëpisë</b>			
<b>Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)</b>			35
<b>Përgatitja përfundimtare në provim</b>	1	5	5
<b>Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)</b>	3	2	6
<b>Punimi, projektet, prezantim i punimit, etj</b>	1	5	5
<b>Totali</b>			<b>100</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies ( dhe mësimnxënies )</b>			
	Ligjërata interaktive me studentë lidhur me temat e ligjëruara, orientimi në shtjellimin e materialit duke marr raste studimi të cilat do të diskutohen në grup, mësimi duke u bazuar në një problem të paraqitur, prezantimi në gupe nga studentët dhe luajtja e roleve, mësimet praktike për lëndën dhe angazhim për studentin për të prezantuar njohurit e fituara gjatë ligjërates.		
<b>Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)</b>			
	Brenda periudhës semestrale organizohet kollokuium, dy Teste me shkrim me nga 35 pikë, ose studenti ka te drejt ti nënshtrohet vetëm provimit final i cili ka 70 pikë (test me shkrim/gojë), testi përmban pyetje te hapura, mbyllura dhe pyetje alternative, Studenti e kalon provimin nëse grumbullon 50 pikë nga te gjitha kriteret e vlerësimit, ❖ 20 pikë – Angazhimi dhe vijueshmëria ne ligjërata, ❖ 10 pikë – Punim Seminari (kollokuim)/Raste Studimi/Projekt hulumtues, ❖ 70 pikë – nga dy Teste me shkrim ose Provimi final,		
<b>Mjetet e konkretizimit – TI</b>			
	Përdorimi i tabelës klasike dhe elektronike, Interneti, Wi-Fi, kompjuteri, projektori, PowerPoint, etj.		
<b>Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit</b>			
	65% Teori, 35% Praktikë duke i marrë parasyshë vizitat praktike, punimin e studentit i cili mund të jetë: Raste studimi, Punim seminarik-shkencor, Projekt hulumtues,		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë</b>	1. Philip Kotler&Gary Armstrong „Parimet e marketingut” botimi i 13-të, Tiranë 2013,		
<b>Literatura shtesë</b>	1. Philip Kotler and Kevin Lane Keller – “Menaxhimi i Marketingut” – Londër 2008, edicioni i tetë, 2. Besim Beqaj, PhD: “Menaxhimi i zhvillimit të produkteve të reja”, Prishtinë 2008,		
<b>Plani i dizajnuar i mësimi:</b>			

<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>
<b>Java e parë</b>	Prezantimi – njoftimi i studentëve me syllabusin e lëndës, Hyrje – produkti dhe perceptimi,
<b>Java e dytë</b>	Identifikimi i nevojave të klientit dhe hulumtimi i tregut,
<b>Java e tretë</b>	Roli i marketingut në zhvillimin e produkteve të reja, Diskutim me studentët për ndarje ide për punime seminarike - shkencore, Rast studimi, Ese apo Projekt hulumtues,
<b>Java e katërt</b>	Gjenerimi i koncepteve,
<b>Java e pestë</b>	Nevojat e tregut për qasje inovative për produktet, Diskutim me studentët për ndarje ide për punime seminarike - shkencore, Rast studimi, Ese apo Projekt hulumtues,
<b>Java e gjashtë</b>	Globalizimi si determinonte e zhvillimit të produktit, Testi i pare,
<b>Java e shtatë</b>	Cikli jetsor i produktit , Diskutim me studentët për ndarje ide për punime seminarike - shkencore, Rast studimi, Ese apo Projekt hulumtues,
<b>Java e tetë</b>	Dizajni i produktit,
<b>Java e nëntë</b>	Teknologjia dhe vlerësimi i tregut si determinonte të produktit,
<b>Java e dhjetë</b>	Hyrje në dizajnin industrial dhe faktorët human,
<b>Java e njëmbëdhjetë</b>	Vlerësimi i kostove të prodhimit, Diskutim me studentët dhe prezentim i punimeve seminarike - shkencore, Rast studimi, Ese etj
<b>Java e dymbëdhjetë</b>	Rëndësia e produktit për konsumatorin,
<b>Java e trembëdhjetë</b>	Marka tregtare si specifik e produktit, Diskutim me studentët dhe prezentim i punimeve seminarike - shkencore, Rast studimi, Ese etj
<b>Java e katërmëdhjetë</b>	Klasifikimi i produkteve Diskutim me studentët dhe prezentim i punimeve seminarike - shkencore, Rast studimi, Ese etj
<b>Java e pesëmbëdhjetë</b>	Produkti – arsyet e dështimit të tij në treg, Testi i dyte,
<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes</b>	
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.	