

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Turizmit dhe Ambientit
Titulli i lëndës:	Menaxhimi Strategjik
Niveli:	Master
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	II
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi – ECTS:	5
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. As. Dr. Artan Veseli
Detajet kontaktuese:	artan.veseli@ushaf.net
Përshkrimi i lëndës	
	Lënda Menaxhimi Strategjik jep qartë kuptimin dhe rëndësinë e menaxhimit strategjik në jetën e një organizate. Duke formuluar siç duhet misionin, objektivat dhe strategjitë, menaxherët marrin vendime efektive. Kjo lëndë është krijuar për të ndihmuar studentët të integrojnë dhe të zbatojnë kurset dhe përvojat e tyre të mëparshme funksionale. Lënda merr këndvështrimin e përgjithshëm të menaxhimit, duke theksuar krijimin, zbatimin dhe vlerësimin e strategjisë në organizata. Studentët do të kenë mundësinë të vendosin veten në vendin e menaxhmentit të lartë dhe të marrin vendime vërtet të rëndësishme rreth "fotografisë së madhe". Ata do të zhvillojnë ekspertizë në analizën e situatave komplekse të biznesit dhe në prezantimin e qartë të gjetjeve të tyre si me gojë ashtu edhe me shkrim. Ligjëratat do të kombinohen me raste studimore dhe shembuj realë.
Qëllimet e lëndës:	Nëpërmjet kësaj disipline synohet që studenti të prekë hap pas hapi të gjitha stadet e menaxhimit strategjik që e bëjnë një organizatë efektive. Studenti duhet të ambjentohet me situatat e ndryshme me të cilat përballon një menaxher strategjik të cilat duhet të finalizohen në marrjen e vendimeve dhe të realizojë qëllimin e cdo biznesi: arritjen e avantazhit konkurrues të qëndrueshëm në treg.
Rezultatet e pritura të nxënies:	Kjo lëndë synon që studentët të njihen me konceptet bazë të menaxhimit strategjik, teknikat dhe kriteret për marrjen e vendimeve strategjike. Është e rëndësishme që studentët të jenë në gjendje të mendojnë në mënyrë strategjike për kompaninë, të njohin pozicionin aktual të drejtimit të biznesit të burimeve të saj afatgjata dhe

	<p>konkurrencës, dhe të kuptojnë që strategjia duhet të përdoret për të fituar avantazh të qëndrueshëm konkurrues. Gjithashtu, është e nevojshme të përgatitet studentit për kryerjen e analizave strategjike të industrive të ndryshme dhe situatave konkurruese dhe në veçanti trajnimin e tyre për një kuptim të fortë të sfidave të një mjedisi konkurrues global.</p> <p>Pas përfundimit me sukses të kësaj lënde studentët duhet të jenë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Të integrojnë njohuritë dhe të kuptuarit e koncepteve kryesore dhe kontributin e menaxhimit strategjik në qëllimin dhe zhvillimin e organizatës (theksi në zhvillim të aftësive integruese dhe të kuptuarit) • Të demonstrojnë një kuptim të problemeve të bërjes së zgjedhjeve strategjike nga të dhënat e kufizuara dhe kufizimet e analizës së bazuar në modele strategjike (theksi në zhvillimin e aftësive të analizës dhe zgjidhjes së problemeve) • Njohin vështirësitë që lidhen me planifikimin dhe zbatimin e strategjive, dhe problemet e organizatave në ndryshimin e besimeve dhe perceptimeve të brendshme për të ruajtur një përshtatje të qëndrueshme brenda një mjedisi në ndryshim (theksi në zhvillimin e aftësive të komunikimit, njohurive dhe të kuptuarit, dhe aftësive për zgjidhjen e problemeve)
--	--

Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)

Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	2	4	8
Ushtrime në teren (vizitë studimore)	4	1	4
Kollokfiume, seminare			
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	15	45
Përgaditja përfundimtare për provim	6	3	18
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	2	1	2
Projektet, prezentimet ,etj	3	1	3
Totali			125

Metodologjia e mësimdhënies:	Lënda zhvillohet në 15 javë me ngarkesë 2 orë ligjerata në të cilat do të trajtohen konceptet teorike dhe do të ipen sqarime lidhur me procesin e menaxhmentit, si dhe 1 orë ushtrime në grupe në javë. Ushtrimet do të zhvillohen në formë me grupe në të cilat do të diskutohen shembuj konkret. Kjo mënyrë e organizimit të ushtrimeve do t'ju shërbejë studentëve për të përvetësuar në mënyrë logjike konceptet teorike dhe për ta lidhur në mënyrë organike teorinë me aspektet praktike të aktivitetit të biznesit. Studentët do t'i nënshtrohen vlerësimit në fund të ciklit të plotë të këtij kursi me caktimin e rasteve studimore dhe provimin në klasë.
Metodat e vlerësimit:	Provimi 50% (provimi përfundimtar do të përbëhet nga pyetje të ndryshme me zgjedhje të shumëfishta dhe të hapura) Punim seminarik 50% (një analizë e rastit studimor). Udhëzimet e detajuara për zhvillimin e rastit studimor do të publikohen në platformën SMU në fillim të semestrit. Rezultatet e të nxënësve që duhen vlerësuar: 1. Kuptimi kritik i menaxhimit strategjik dhe kontributit të tij në zhvillimin organizativ. 2. Zotimi i plotë i teknikave të vlerësimit dhe eksplorimit strategjik dhe vlerësimit të opsioneve strategjike. 3. Demonstrimi i kuptimit të problemeve të bërjes së zgjedhjeve strategjike nga të dhënat e kufizuara dhe kufizimet e analizës së drejtuar nga modelet strategjike. 4. Njohja e vështirësive që lidhen me planifikimin dhe zbatimin e strategjive, dhe problemet për organizatat në ndryshimin e besimeve dhe perceptimeve të brendshme për të ruajtur përshtatshmërinë e qëndrueshme brenda mjedisit në ndryshim.
Literatura	
Literatura bazë:	1. Vasilika Kume “Manaxhimi Strategjik” 2007 2. Johnson, Whittignton & Scholes, “ <i>Exploring Strategy</i> ”. 11th Edition 2017. Pearson Education
Literatura shtesë:	1. Grup autoresh – “Menaxhmenti Strategjik” 2008 2. Fred David – “Strategic Menagment” 2010
Plani i dizajnuar i mësim:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Hyrje ne Strategji

	Çfarë është strategjia dhe pse është e rëndësishme? Eksplorimi i modelit strategjik dhe lenteve të strategjisë.
Java e dytë:	Pozita Strategjike – Ambienti biznesor Hyrje në analizën e mjedisit, korniza PESTEL, Skenarët, forcat konkurruese, dinamika e strukturës së industrisë, konkurrentët dhe tregjet.
Java e tretë:	Pozita Strategjike – Shkathësitë Strategjike Bazat e aftësive strategjike, burimet dhe kompetencat, shkathtësitë bazike dhe ato dalluese, njohuritë e organizatës, krahasimi, analiza SWOT, menaxhimi i njerëzve për shkathtësi, dhe zhvillimi i organizatës.
Java e katërt:	Pozita Strategjike – Qëllimi Strategjik Vlerat e qëllimit të organizatës, misioni, vizioni dhe objektivat. Qeverisja e korporatave dhe strukturat e qeverisjes. Përgjegjësia sociale e korporatës, etika dhe menaxhimi i palëve të interesit.
Java e pestë:	Pozita Strategjike – Kultura dhe Strategjia Pse është e rëndësishme historia dhe kultura? Ndryshim strategjik, transformim dhe ndryshim. Rrjeti kulturor dhe analiza kulturore.
Java e gjashtë:	Zgjedhjet Strategjike – Strategjia Biznesore Cilat janë njësitë strategjike të biznesit? Baza e avantazhit konkurrues, udhëheqja në kosto, strategjitë e diferencimit, ora strategjike, strategjia bashkëpunuese dhe teoria e lojës.
Java e shtatë:	Zgjedhjet Strategjike – Strategjia Korporative dhe Diversifikimi Hyrje në konceptin e drejtimit strategjik duke përfshirë diversifikimin, arsyet e diversifikimit dhe performancës. Integrimi vertikal dhe krijimi i vlerës duke përfshirë matjet e portofolit, matricës së rritjes dhe pjesëmarrjes në treg BCG, dhe matricës McKinsey.
Java e tetë:	Zgjedhjet Strategjike – Strategjia Nderkombetare Hyrje në nxitësit e strategjisë ndërkombëtare. Burimet gjeografike të avantazhit. Fokusimi në modelin e Diamantit të Porterit dhe rrjetet ndërkombëtare të vlerave. Ndërkombëtarizimi dhe nxitësit e performancës.
Java e nëntë:	Zgjedhjet Strategjike – Inovacionet dhe Ndermarresia Hyrja në inovacion fokusohet në shtytjen e teknologjisë dhe nevojën për inovacion të produktit. Ide të reja të biznesit dhe modeleve të biznesit dhe modele të hapura të biznesit. Rritja e ndërmarrësisë dhe marrëdhënieve.
Java e dhjetë:	Strategjia në veprim – Shqyrtimi i Strategjive Përshtatshmëria, pranueshmëria dhe fizibiliteti. Hyrje në shqyrtimin përmes skenarëve – planifikimi i skenarëve si burim i avantazhit konkurrues. Risku dhe shpërblimi i

	analizës së ciklit jetësor. Fizibiliteti financiar dhe integrimi i burimeve dhe menaxhimi i palëve të interesit.
Java e njëmbëdhjetë:	Strategjia në veprim – Proceset e Zhvillimit të Strategjisë Hyrje në strategjinë e synuar të zhvillimit. Roli i lidershit dhe sistemeve të planifikimit. Zhvillimi emergjent i strategjisë dhe vendimmarrja. Implikimet dhe sfidat për menaxhimin e proceseve të zhvillimit strategjik.
Java e dymbëdhjetë:	Vizitë praktike në ndërmarrjet partnere
Java e trembëdhjetë:	Strategjia në veprim – Organizimi për Sukses Hyrje në strukturat dhe llojet e strukturave. Sistemet formale të planifikimit dhe sistemet e tregut. Përdorimi i kornizës McKinsey 7S.
Java e katërbëdhjetë:	Strategjia në veprim – Praktikimi i Strategjisë Prezantimi i strategut, i cili duhet të përfshihet në zhvillimin strategjik. Vendimmarrja dhe komunikimi strategjik. Metodologjitë, projektet dhe planet e strategjisë.
Java e pesëmbëdhjetë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rishikimi i lëndës 2. Caktimi i rastit të studimit 3. Udhëzues për detyrën 4. Reagime (feedback)

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>