

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Arkitekturës, Dizajnit dhe Teknologjisë së Drurit
Programi:	Arkitektura e Interierit dhe Dizajni i Mobiljeve
Titulli i lëndës:	Marketingu dhe Teknikat e Shitjes
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	III
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi - ECTS:	4
Koha / lokacioni:	USHAF
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof.Asoc.Dr. Afrim E. LOKU
Detajat kontaktuese:	afrim.loku@ushaf.edu
Përshkrimi i lëndës	Kjo lëndë do t'i ofrojë studentëve një perspektivë të gjerë, duke mbuluar tema të tilla si parimet e marketingut, planifikimi strategjik, sjellja e konsumatorit, ndërmarrjet, markat dhe mediat, kërkimet dhe njohuritë për tregun. Gjatë këtij kursi do të diskutohen parimet dhe aftësitë aktuale të shitjes të cilat kërkohen që një shitës profesional ti posedojë. Po ashtu do të ekzaminohen qasje të përditësuara përballë sfidave të ndryshme të menaxhmentit të shitjes përfshirë rekrutimin, organizimin, motivimin, dhe vlerësimin e një fuqie punetore efektive të shitjes. Do të diskutohet poashtu edhe kontributi i shitjes individuale dhe menaxhmentit të shitjes në procesin e marketingut me fokus në përdorimin strategjik të fuqisë së shitjes.
Qëllimet e lëndës:	Përmes kësaj lënde studentët kuptojnë bazat e marketingut në tregun komercial, teknikat e shitjes, çmimet dhe mundësitë e karrierës në shitje dhe marketing. Njëkohsisht studentët do jenë në gjendje të hartojnë një strategji të marketingut në baze të qëllimeve afatgjata të organizatës.
Rezultatet e pritura të nxënies:	<i>Pas përfundimit të kësaj lënde, studenti do të jetë në gjendje të kuptoj dhe njohë:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. mjedisin brenda të cilit veprojnë të gjitha bizneset dhe mënyrat me të cilat organizohen ndërmarrjet e ndryshme 2. ekzaminoj rolin e departamentit të shitjes në marketingun mik

	<ol style="list-style-type: none"> 3. definoje dhe diskutoje secilin komponent të procesit të shitjes 4. trendet dhe konceptet bashkekohore te marketingut 5. vlerësoj parimet dhe praktikën e shitjes dhe kuptimin e rëndësisë së saj si pjesë e marketingut mix 6. kuptoj konceptin e marketingut dhe vlerëson se si funksionon marketingu 7. analizoj rolin dhe rëndësinë e krijimit te një strategjie te marketingut duke ju përshtatur trendeve zhvillimore dhe sfidave globale 8. te kuptoje se si behet nje plan dhe strategji e marketingut 9. permiresoje aftesite e komunikimit: verbal, te shkruarit dhe te lexuarit 10. permiresoje aftesite e punes ne grup 		
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	1	1	1
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	6	6
Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare	1	2	2
Detyra të shtëpisë	1	2	2
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	10	20
Përgaditja përfundimtare për provim	20		20
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	2		2
Projektet,prezentimet ,etj	2	1	2
Totali			100

Metodologjia e mësimeve:	Ligjërata, punë individuale, punime seminari, kollokviume, ese, diskutime, punë në grupe, 1 seance simuluese.
Metodat e vlerësimit:	Vijimi i rregullt në ligjërata dhe ushtrime 5%+5%=10% Kollukviumi i parë : 20% Kollukviumi i dytë : 20% Dorëzimi dhe pranimin e projektit të përfunduar në rregull me 10-20%. Provimi final i vlerësuar me 40% të notës. Provimi përbëhet prej pyetjeve me përgjigje të mundshme.
Literatura	
Literatura bazë:	1. Philip Kotler and Gary Armstrong - "Principles of Marketing" - 13 Edition, London 2010, 2. Prof.dr.Ali Jakupi „Bazat e marketingut, Prishtine,2008.
Literatura shtesë:	3. David Jobber&John Fahy,Foundations of marketing, 2006 4. Prof.dr.Ramiz Livoreka „Kërkime Marketingu” Prishtinë,2011
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
I	Përkufizimi i Marketingut dhe procesi i Marketingut <ul style="list-style-type: none"> Marketingu : Krijimi i vleres per konsumatorin dhe terheqja e vleres se tij Kompania dhe strategjia e marketingut: Partneriteti per te ndertuar mardhenje me klientin Literatura: Philip Kotler and Gary Armstrong - "Principles of Marketing" - 13 Edition, London, 2010, Fq.2-38
II	Njohja e tregut dhe konsumatoreve <ul style="list-style-type: none"> Analiza e mjedisit të marketingut Menaxhimi i informacionit të marketingut per te marre idete të klienteve Literatura: Libri i njëjte Fq. 68-104
III	Tregjet konsumatore dhe sjellja e blesesve konsumator Tregjet e biznesit dhe sjellja e blesit konsumator Detyra # 1: Literatura: Libri i njejte Fq. 144 - 178
IV	Strategjia e marketingut qe vihet në levizje nga klienti Krijimi I vleres per konsumatorët e synuar Produktet,sherbimet dhe market: ndertimi I vleres

	<p>Strategjia e zhvillimit te produktit te rid he te ciklit jetesore te produktit</p> <p>Detyra # 2:</p> <p>Literatura: Libri i njëjte Fq. 204- 276</p>
V	<p>Caktimi i çmimit: kuptimi dhe terheqja e vleres për klient</p> <p>Strategjia e caktimit te çmimit</p> <p>Detyra # 3:</p> <p>Literatura:</p> <p>Libri i njëjte Fq.310-334</p>
VI	<p>Kanalet e marketingut: Lëvrimi i vleres për klient</p> <p>Shitja me pakice dhe shitja me shumice</p> <p>Detyra # 4: Punë praktike:</p> <p>Literatura:</p> <p>Libri i njëjte Fq. 362- 396</p>
VII	<p>Testi i pare - Vlerësimi</p>
VIII	<p>Komunikimi i vleres per klient: Strategjia e komunikimeve te integruar te marketingut</p> <p>Reklammat dhe mardhenjet me publikun</p> <p>Detyra # 5:</p> <p>Literatura:</p> <p>Libri i njëjte Fq. 430-460</p>
IX	<p>Shitja Individuale dhe promocioni i shitjes</p> <p>Marketingu I drejteperdrejte dhe online</p> <p>Ndertimi I mardhenjeve te drejteperdrejta me klientin</p> <p>Detyra # 6: Punë praktike</p> <p>Literatura:</p> <p>Libri i njëjte Fq. 490-524</p>
X	<p>Implementimi i instrumenteve te marketing miksit</p> <p>Nocioni i produktit, Klasifikimi i produkteve, Atributet e produktit, Disenji i produktit</p> <p>Specifikat percjellse te produktit</p> <p>Detyra # 7: Punë praktike:</p> <p>Literatura:</p> <p>Prof.dr.Ali Jakupi „Bazat e marketingut, Prishtine,2008</p> <p>Fq.229-261</p>
XI	<p>Politika e instrumentit te produktit</p> <p>Asortimenti i produktit</p> <p>Zhvillimi i produktit</p> <p>Detyra # 8: Punë praktike:</p> <p>Literatura:</p> <p>Prof.dr.Ali Jakupi „Bazat e marketingut, Prishtine,2008</p> <p>,Fq. 262-286</p>

XII	Politika e instrumentit te çmimeve Nocioni dhe rendesia e çmimeve Faktoret qe ndikojne ne politiken e çmimeve Metoda e formimit te çmimeve Detyra # 9: Punë praktike Literatura: Prof.dr.Ali Jakupi „Bazat e marketingut, Prishtine,2008 ,Fq. 287-315
XIII	Politika e instrumentit te distribuimit Veçorite e politikës se shperndarjes Nocioni dhe llojete e kanaleve te shperndarjes Zgjedhja e kanaleve te shperndarjes Logjistika e marketingut Detyra # 10: Punë praktike Literatura: Prof.dr.Ali Jakupi „Bazat e marketingut, Prishtine,2008 ,Fq. 317-330
XIV	Politika implementuese e promocionit Kuptimi i promocionit Propaganda ekonomike Propaganda ekonomike dhe marketingu Media e propagandes ekonomike Detyra # 11: Punë praktike Literatura: Prof.dr.Ali Jakupi „Bazat e marketingut, Prishtine,2008 ,Fq. 331- 357
XV	Testi i dytë - Vlerësimi intermediar
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:	
<p><i>Për të arritur atmosferën ne nivelin e duhur gjate ligjeratave, studentët pritet që të vishen dhe sillen në një komoditet te favorshëm për mësim. Më konkretisht, studentët do të përmbahet nga sjelljet e pahijshme(p.sh., duke folur me shokët-studentet tjere, përgjigjet fyese për udhëzimet e ligjeruesit; sharjet, veshjet me rroba që pengojnë të mësuarit akademik . Studentët duhet fikin telefonat celular gjate oreve te ligjeratave apo ushtrimeve.Cdo sjellje e cila nuk korospodon me rregullat e percaktuar me rregullore te universitetit,studenti do te ndeshkohet me pasoja si largimi nga ligjerata,suspendimi nga lenda e deri te largimi i teresishme nga fakulteti. Studentët janë të obliguar të përcjellin me rregull ligjëratat dhe ushtrimet. Ata duhet të vijnë me kohë në mësim, dhe të angazhohen aktivisht në dialog dhe në ligjëratat. Poashtu pritet nga studentët që të kryejnë detyrat semestrale me kohë sepse këto janë pjesë e vlerësimit</i></p>	