

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti i Menaxhmentit		
Titulli i lëndës:	Marketingu		
Niveli:	Bachelor		
Statusi i lëndës:	Obligative		
Viti i studimeve:	II		
Numri orëve në javë:	4		
Vlera në kredi:	5		
Mësimdhënësi i lëndës:	Afrim Loku, PhD		
Detajet kontaktuese:	afrim.loku@ushaf.net		
<b>Përshkrimi i lëndës</b>			
	Përshkrimi fokusohet te aspektet teorike me raste studimi për Marketingun, fokus i lëndës: Kuptimi i konceptit të marketingut,Zhvillimi historik i marketingut,Koncepti i shitjes me marketing, Tërheqja dhe mbajtja e konsumatorëve, Marketingu dhe zhvillimi ekonomik,Marketingu dhe klienti, Nivelet e marketingut, Menaxhimi i marketingut, Mjedisi afarist dhe marketingu, Strategjia e marketingut dhe analiza SËOT, Analiza e konkurrencës, Misioni i kompanisë dhe marketing, Marketingu dhe tregu i synuar, Kontrolli i marketingut, Segmentimi i tregut dhe marketingu,		
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	Studentët ëe njoftohen me kuptimin e Marketingut si proces që ka ndikim në lidhjen e kompanis me tregun, me rëndësin e Marketingut për zgjerimin e afarizimit të kompanisë, të njoftohen me parimet e Marketingut (4P), me rolin e Marketingut në hulumtimin, kërkimin dhe studimin e tregut, të njoftohen me konceptin e Marketingut si proces.		
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	Pas përfundimit të suksesshëm të lëndës, studenti do të jetë në gjendje të: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Njohë konceptin bazë të marketingut,</li> <li>• Ketë aftësi që rolin e marketingut ta vejë në funksion të kompanisë,</li> <li>• Aplikoj në praktikë parimet e marketingut në funksion të institucionit ekonomik ,</li> <li>• Funksionalizoj shkathtësitë e fituara duke qenë pjesë e ekipës së marketingut.</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>
Ligjërata	4	15	60
Ushtrimet teorike laboratorike			

<b>Punë praktike</b>			
<b>Kontaktet me mësimdhënësit - konsultimet</b>	1	5	5
<b>Ushtrime në terren</b>			
<b>Kollokiume - seminare</b>	1	2	2
<b>Detyra të shtëpisë</b>	2	5	10
<b>Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)</b>			40
<b>Përgatitja përfundimtare në provim</b>	1	2	2
<b>Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)</b>	3	2	6
<b>Projektet, prezantimet etj</b>			
<b>Totali</b>			<b>125</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)</b>			
	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, angazhim për studentin për te prezantuar njohurit e fituara gjate ligjërates.		
<b>Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)</b>	Metoda e vlerësimit: 45 % - Testi 1, 45 % - Testi 2, 10 % - Pjesëmarrja dhe angazhimi , 90 % - Provimi përfundimtar,( perstudentet te cilet nuk kane kaluar ne Testin I dhe II)		
<b>Mjetet e konkretizimit - TI</b>	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, Power point, etj.		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë</b>	➤ Prof.dr.Ramiz Livoreka „Kërkime Marketingu” Prishtinë,2011		
<b>Literatura shtesë</b>	➤ Philip Kotler, Gary Armstrong: “Principles of Marketing” Botimi i 15të, 2016, ➤ Prof.dr.Ali Jakupi „Bazat e marketingut, Prishtine,2008, ➤ David Jobber&John Fahy,Foundations of marketing, 2006 ➤ R. Kerin, E. Berkowitz, S. Hartley & W. Rudelius,(2003), Marketing, 7th edition, Irwin/McGraw-Hill ➤ Michael R. Solomon, Marketing: Real People, Real Choices(5th ed.), Pearson, 2006.		
<b>Plani i dizajnuar i mësimi:</b>			
<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>		
	<i>Java e parë</i>	Prezantimi - njoftimi i studenteve me syllabusin e lëndes, Kuptimi i konceptit të marketingut	
	<i>Java e dytë</i>	Zhvillimi historik i marketingut,Koncepti i shitjes me marketing,	
	<i>Java e tretë</i>	Tërheqja dhe mbajtja e konsumatorëve,	
	<i>Java e katërt</i>	Marketingu dhe zhvillimi ekonomik,	
	<i>Java e pestë</i>	Marketingu dhe klienti,	

	<i>Java e gjashtë</i>	Nivelet e marketingut
	<i>Java e shtatë</i>	Diskutime interaktive për materialin e lëndës - Testi i parë,
	<i>Java e tetë</i>	Menaxhimi i marketingut,
	<i>Java e nëntë</i>	Mjedisi afarist dhe marketingu,
	<i>Java e dhjetë</i>	Strategjia e marketingut dhe analiza SWOT,
	<i>Java e njëmbëdhjetë</i>	Analiza e konkurrencës,
	<i>Java e dymbëdhjetë</i>	Misioni i kompanisë dhe marketing,
	<i>Java e trembëdhjetë</i>	Marketingu dhe tregu i synuar, Kontrolli i marketingut,
	<i>Java e katërbëdhjetë</i>	Segmentimi i tregut dhe marketingu,
	<i>Java e pesëmbëdhjetë</i>	Diskutime interaktive për materialin e lëndës - Testi i dytë,
<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes</b>		
<p>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.</p>		