

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Arteve të Aplikuara
Titulli i lëndës:	Marketingu
Niveli:	Bachelor
Statusi i lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	2
Numri orëve në javë:	3
Vlera në kredi:	4
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Ass. Dr. Bashkim Mustafa
Detajet kontaktuese:	bashkim.mustafa@ushaf.net
Përshkrimi i lëndës	
	<p>Kjo lëndë do të fokusohet të aspektet teorike me raste studimi për Marketingun dhe aplikimin e dizajnëve ne multimedia. Fokus i lëndës do të jetë: Kuptimi i konceptit të marketingut, dhe aplikimi ne Dizajn Grafik dhe Multimedia. Evoluimi i marketingut dhe përdorimi ne ditët sotme. Segment imi i tregut përmes metodave bashkëkohore. Kërkimet e tregut dhe aplikimi multimedial. Menaxhimi dhe zhvillimi i një produkti të ri, dizajni dhe shitja. Cikli jetës së produktit si dhe hulumtimi i tregut përmes e-marketingut. E - marketingu përdormi i tanishëm dhe ardhmja. Koncepti i produktit te ri, dizajni dhe kërkesat e tregut. Politika e çmimeve dhe konkurrenca analiza SWOT. Politika e distribucionit dhe kanalet e shitjes online dhe mediat sociale. Politika e promovionit dizajni i ofertës Online, dhe mediat sociale Komunikimi në marketingun elektronik – sponzorizimi dhe mundësit tjera. Menaxhimi i raporteve me konsumatorët, dizajni i kartelave bonus. Diskutime interaktive për materialin e lëndës.</p>
Qëllimet e lëndës:	<p>Studentët do të njoftohen me kuptimin e Marketingut si proces që ka ndikim në lidhjen me dizajnin grafik dhe multimediat mes kompanisë dhe tregut. Gjithashtu do te fitojnë njohuri qe nga dizajni i një produkti, segment imin e tregut përmes metodave bash kohorë, shitja online e deri te promovioni online dhe distribuimi.</p> <p>Me parimet e Marketingut (4P), me rolin e Marketingut në hulumtimin, konkurrenca analiza SWOT, kanalet e shitjes online dhe mediat sociale.</p>
Rezultatet e pritura të nxënies:	<p>Pas përfundimit të kësaj lënde studentët do të fitojnë:</p> <p>Njohurit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Për konceptin baze te marketingut dhe evoluimin e tij • Njohe për rendësin e marketingut segment imin, kerkimet dhe analizat e tregut

- Aftësi që rolin e marketingut ta vejë në funksion të zhvillimit të dizajnit dhe aplikimin në multimedia
- Funkcionalizimin dhe shkathtësitë e fituara duke qenë pjesë e ekipës së marketingut dhe zhvillimin e produkteve të reja
- Për E - marketingu përdormi i tanishëm dhe ardhmja. Konceptin e produktit të ri, dizajni dhe kërkesat e tregut.
- Për Politiken e çmimeve dhe konkurrenca analiza SWOT. Politika e distribucionit dhe kanalet e shitjes online dhe mediat sociale.
- Për Politiken e promovimit dizajni i ofertës Online, dhe mediat sociale

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

Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	3	15	45
Ushtrimet teorike laboratorike			
Punë praktike	3	3	9
Kontaktet me mësimdhënësit - konsultimet	1	5	5
Ushtrime në terren	3	2	6
Kollokiume - seminare	1	2	2
Detyra të shtëpisë	1	4	4
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	1	10	10
Përgatitja përfundimtare në provim	1	5	5
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	5	1	5
Projektet, prezantimet etj	6	2	12
Totali			103

Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)

Orientimi në shtjellimin e materialit duke marrë raste studimi të cilat do të diskutohen në grup, mësimi duke u bazuar në një problem të paraqitur, angazhim për studentin për të prezantuar njohuritë e fituara gjatë ligjëratës.

Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)

Metoda e vlerësimit:
 80 pikë - nga të dy teste, me shkrim apo provimi final, pyetje të formuluar nga literatura bazë, të hapura, të mbyllura dhe logjike me zgjedhje.
 10 pike - vijueshmëria, angazhimi në ligjërata,
 10 pikë - punimi seminarik, projekt hulumtues apo rast studimi, etj,
 45 % - Testi 1,

	45 % - Testi 2, 10 % - Pjesëmarrja dhe angazhimi , 90 % - Provimi përfundimtar,
Mjetet e konkretizimit - TI	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, Power point, etj.
Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit	80% Teori dhe detyra 10% Angazhim i studentit gjatë Ligjëratave zgjidhje analitike te detyrave dhe problemeve te shtruara. 10% Praktik duke inkorporuar punimin analitik te studentit i cili mund te jete: Raste studimi, Punim seminarik-shkencor, Ese apo Projekt hulumtues, e cila zbritet nga testi final
Literatura	
Literatura bazë	1. Prof. Dr. Ali Jakupi, Bazat e marketingut, Prishtine, 2008 2. Prof. Dr. Nail Reshidi, Marketing, Prishtinë 2007
Literatura shtesë	2. Philip Kotler, Gary Armstrong: "Principles of Marketing" Botimi i 15- të, 2016, 5. Michael R. Solomon, Marketing: Real People, Real Choices (5th ed.), Pearson, 2006. 6. Prof. Dr. Ramiz Livoreka „Kërkime Marketingu“ Prishtinë, 2011,
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
<i>Java e parë</i>	Prezantimi - njoftimi i studenteve me syllabusin e lëndes, dhe mundësit e aplikimit në Dizajn Grafik dhe Multimedia
<i>Java e dytë</i>	Kuptimi i konceptit të marketingut, Evoloimi i marketingut, përdorimi në ditët e sotme
<i>Java e tretë</i>	Segmentimi i tregut përmes metodave bashkëkohore dhe multimediat
<i>Java e katërt</i>	Kërkimet e tregut dhe aplikimi multimedial
<i>Java e pestë</i>	Menaxhimi dhe zhvillimi i një produkti të ri, dizajni dhe shitja
<i>Java e gjashtë</i>	Cikli jetës së produktit dhe hulumtimi i tregut përmes e- marketingut
<i>Java e shtatë</i>	Diskutime intrakteve për materialin e lëndës - Testi i parë,
<i>Java e tetë</i>	E - marketingu përdorimi i tanishëm dhe ardhmja
<i>Java e nëntë</i>	Koncepti i produktit të ri, dizajni dhe kërkesat e tregut
<i>Java e dhjetë</i>	Politika e çmimeve dhe konkurrenca analiza SWOT
<i>Java e njëmbëdhjetë</i>	Politika e distribucionit dhe kanalet e shitjes online dhe mediat sociale
<i>Java e dymbëdhjetë</i>	Politika e promovimit dizajni i ofertes Online, dhe mediat sociale
<i>Java e trembëdhjetë</i>	Komunikimi në marketingun elektronik - sponzorizimi dhe mundësit tjera

<i>Java e katërmbëdhjetë</i>	Menaxhimi i raporteve me konsumatorët, dizajni i sistemit të kartelave të klientëve
<i>Java e pesëmbëdhjetë</i>	Diskutime interaktive për materialin e lëndës - Testi i dytë,
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:	
<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>	