

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Menaxhment Programi: Menaxhimi i Ndërmarrësisë dhe Inovacionit
Titulli i lëndës:	Modelet e Biznesit për Ekonominë Dixhitale
Niveli:	Master
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	I
Numri i orëve në javë:	3
Vlera në kredi – ECTS:	4
Koha / lokacioni:	
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës:	
Përshkrimi i lëndës:	<p>Shfaqja e ekonomisë dixhitale ka hapur mundësi të reja, duke çuar në krijimin e risive të reja në industrinë e drejtuar nga të dhënat. Modelet e reja të biznesit dixhital kanë përshpejtuar gjithashtu "shkatërrimin krijues", duke prishur modelet ekzistuese të biznesit të industrive të krijuara. Ndërsa ekonomia dixhitale fillimisht buronte nga sektori i teknologjisë, modelet e biznesit dixhital kanë filluar të përshkojnë organizata të mëdha dhe të vogla në një sërë sektorësh. Sipërmarrësit kanë qenë veçanërisht të prirur për të gjetur mundësi ku mund të krijohen modele biznesi dixhitale për të çliruar inovacione shkatërruese në tregjet ekzistuese. Ky modul ofron njohuri mbi shfaqjen e modeleve dixhitale të biznesit në tregjet ekzistuese dhe ato në zhvillim. Ky modul do të jetë me interes për studentët që planifikojnë të zhvillojnë ndërmarrjen e tyre, ose që synojnë të punojnë në biznese dinamike, dixhitale.</p> <p>Ekonomia dixhitale, duke përfshirë tema si "Industry Cloud", "Internet of Things", "Rrjetet e Biznesit", "Platforma si një shërbim", etj. ka çuar në rritjen e modeleve të reja të biznesit. Nga ana tjetër, modelet e mëparshme, të krijuara mirë të biznesit shpesh nuk janë më të përshtatshme, sepse mënyra se si krijohen produktet, qasja ndaj klientëve, modeli i të ardhurave / struktura e kostos dhe shumë më tepër ka ndryshuar. Duke përdorur qasjen e Inovacionit të Modelit të Biznesit (BMI), ju mund të dizajnoni modele biznesi dhe t'i përmirësoni ato në mënyrë të përsëritur drejt modelit më të përshtatshëm të biznesit. Në këtë kurs, do të mësoni rreth motivimit dhe rëndësisë së BMI-së. Ju do të përjetoni një cikël të plotë përsëritjeje, duke filluar me hartimin e një modeli fillestar të biznesit.</p>
Qëllimet e lëndës:	
Qëllimet e lëndës:	<p>Qëllimi i këtij kursi është të eksplorojë se si platformat ndryshojnë nga bizneset tradicionale dhe se si strategjitë e tyre ndikojnë në ekosistemin e tyre. Teknologjia ka qenë integrale në operacionet dhe rritjen e biznesit për një kohë të gjatë duke çuar në efikasitet më të lartë dhe reduktim të kostove. Megjithatë, nuk mjafton të kesh një biznes të mundësuar nga teknologjia.</p> <p>Ky kurs është krijuar për t'ju ndihmuar të rimendoni liderhipin në epokën dixhitale. Ju do të merrni një zhytje të thellë në strategjitë dhe</p>

	<p>risitë më të fundit që riformësojnë organizatën tuaj për të zhvilluar dhe lëshuar oferta të reja me vlerë, për të tërhequr klientë të rinj, për të menaxhuar burimet dhe aktivitetet kryesore dhe për të organizuar rrjetet e furnizimit në mënyrë më efektive.</p> <p>Gjatë këtij kursi, do të mësoni se si të analizoni elemente specifike të modelit tuaj të biznesit, të sfidoni të gjithë modelin e biznesit, të testoni supozimet kryesore që qëndrojnë në themel të modelit tuaj të biznesit me klientët dhe në fund të zgjidhni modelin më të përshtatshëm të biznesit nga një numër alternativash - për shembull, për të krijuar një rast biznesi dhe për të justifikuar një vendim investimi</p>
--	---

Rezultatet e pritura të nxënies:	<p>Pas përfundimit të këtij moduli, studentet do të jenë në gjendje të:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kujtoni konceptet dhe karakteristikat themelore të ekonomisë dixhitale. 2. Përdorni ato koncepte dhe karakteristika në zhvillimin dhe analizën e modeleve të reja të biznesit në ekonominë dixhitale. 3. Kujtoni karakteristikat kryesore, tipologjitë dhe faktorët e suksesit të modeleve të biznesit të bazuara në platforma, "si shërbim" dhe të bazuara në të dhëna. 4. Përdoreni këtë njohuri për të analizuar fushat e biznesit të lidhura me ekonominë dixhitale, duke kombinuar një kuptim të teknologjisë kryesore dhe çështjeve të biznesit të përfshira. 5. Kujtoni gjendjen dhe perspektivat e zhvillimit, dhe ndikimin e mundshëm të teknologjive në zhvillim në ekonominë dixhitale. 6. Zbatoni këtë njohuri për të analizuar implikimet e teknologjive në zhvillim mbi ndryshimin në fushat e krijuara dhe në zhvillim të ekonomisë dixhitale.
---	---

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	10	10
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	1	1
Ushtrime në teren			
Kollokfiime, seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë	2	5	10
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	10	30
Përgaditja përfundimtare për provim	5	2	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	1	1	1
Projektet, prezentimet ,etj	2	2	4

Totali		125
<p>Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies):</p>	<p>Kursi zgjat 15 javë me 3 orë leksione dhe/ose ushtrime javore individuale dhe grupe.</p> <p>Ushtrimet do të mbahen në formën e punës individuale dhe grupe në të cilën do të diskutohen shembuj konkretë.</p> <p>Pjesëmarrja aktive është jashtëzakonisht e rëndësishme, kështu që studentët inkurajohen që të ndjekin rregullisht leksione dhe ushtrime dhe të kontribuojnë në diskutimet që zhvillohen në leksione.</p> <p>Mësimdhënia do të zhvillohet përmes ligjëratave, ushtrimeve, shembujve praktikë, interpretimeve individuale e grupe, punimit të seminareve, vlerësimeve periodike, etj. Të gjitha këto do të realizohet në aspektin teorik dhe praktik duke i prezantuar materialet në formën audio-vizuale përmes teknologjisë elektronike me programet e Windows Office. Në aspektin teorik do të ofrohen njohuri të përgjithshme shkencore, bazuar në literaturën bashkëkohore. Pjesa praktike kryesisht do të realizohet përmes shembujve konkret nga literatura dhe rasteve studimore, zgjidhjes së detyrave numerike dhe interpretimit të tyre. Në këtë mënyrë do të synohet krijimi i raporteve ndër-vepruese profesor–student si dhe ai student-student.</p>	
<p>Metodologjia e vlerësimit dhe forma e ndërtimit të notës:</p>	<p>Vlerësimi dhe forma e ndërtimit të notës për studentet do të mbeshtetet në tre aktivitetet e mëposhtme:</p> <p style="text-align: center;">1. Pjesëmarrja aktive në ligjërata dhe në diskutime</p> <p>“Pjesëmarrja” nënkupton pjesëmarrjen fizike gjatë ligjëratave. Studentët duhet të jenë aktivë dhe të integrohen gjatë diskutimeve të temave të mbuluara gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve. Studentët gjatë orëve të ligjëratave duhet të hapin tema të reja që lidhen me lëndën e shpjeguar dhe të jenë në gjendje të paraqesin idetë, opinionet apo edhe të nxisin debate dhe forma të reja të menduarit kritik dhe do të vlerësohet deri në 10% nga totali prej 100 pikë.</p> <p style="text-align: center;">2. Përpilimi dhe prezantimi i një punimi seminarik/ Plan Biznesi</p> <p>Studentët janë të obliguar për të përgatitur një punim seminarik/Plan i Biznesit Dixhital, projekt në dokument Word dhe në PowerPoint dhe po i njëjti do të prezantohet gjatë orëve të caktuara për prezantim. Prezantimi do të zgjasë më së shumti 15 minuta. Stimulohet puna në grupe dhe prezantimi grupor i punimit (jo më shumë se 3 studentë për një punim).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Punimi seminarik ndahet duke u mbeshtetur në idetë që do të vinë nga vetë studentët dhe perkrahur/aprovuar nga mësimdhënësi. • Punimi seminarik duhet të ndërtohet duke i përfshirë gjitha elementet e mbuluara në mësimdhënie. 	

	<p>Projekti (20%), vlerësim grupor: është aktivitet në të cilin studentet zbatojnë në një projekt konkret njohuritë e fituara. Realizohet në grup prej 2 ose 3 studenteve të cilët kanë për obligim ta realizojnë aktivitetin, dokumentojnë edhe prezantojnë para profesorit të lëndës.</p> <p>Për formën e realizimit dhe dokumentimit të aktivitetit të gjithë anëtarët e grupit do të vlerësohen me pikë të njëjtë, deri në 10%, kurse vlerësimi i aftësive prezantuese të aktivitetit është individual dhe përfshinë deri në 10% nga totali prej 100 pikë.</p> <p style="text-align: center;">3. Provimi përfundimtar</p> <p>Vlerësimi me provimin përfundimtar”, studenti do t’i nënshtrohet provimit i cili mbahet pas përfundimit të ligjëratave të lëndës, dhe organizohet në afatet e provimeve, të përcaktuar nga senati i Universitetit.</p> <p>Qëllimi i provimit është që të vlerësohet njohuria e studentit, kuptimi dhe aplikimi i teorive dhe praktikave në fushën e biznesit dixhital.</p> <p>Përmes provimit final studenti maksimalisht mund të arrijë 70% të pikëve nga totali prej 100 pikë.</p> <p>Vlerësimi i studenteve do të bëhet përmes një formulari vlerësimi (testi), i cili duhet të plotësohet në mënyrë individuale nga studenti. Formulari i vlerësimit do të përmbajë pyetje objektive dhe subjektive përmes të cilave do të vlerësohen rezultatet e të nxënit të studentit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pyetjet objektive do të jenë të llojit: (1) Pyetje me zgjedhje të shumëfishta, (2) E Sakte/ Jo e Sakte, (3) Plotësim dhe (4) Kompozim/ Përputhje; pyetje që do të shfrytëzohen për të vlerësuar aftësitë e studentit për të rikujtuar dhe njohur konceptet dhe materialin e lëndës. • Pyetjet subjektive do të jenë të llojit Ese/detyrë me shkrim që do të shfrytëzohen për të vlerësuar të kuptuarit dhe aftësitë e studentit për të zbatuar njohuritë e fituara në analizë, sintezë dhe vlerësim të problemit, nga përgjigjet e hartuara nga studenti ndaj pyetjes së parashtruar. <p>Studentët pasi i nënshtrohen provimit, do të ndërtojnë notën përfundimtare. Ndërtimi i notës bëhet pasi mblidhen pikët e fituara individualisht nga aktivitetet e lartëshënuara.</p> <p>Shuma e pikëve të fituara nga totali prej 100 pikë ndërton notën përfundimtare:</p> <p>90-100 pikë – vlerësohet me notë 10(dhjetë) 80-89 pikë – vlerësohet me notë 9(nëntë) 70-79 pikë – vlerësohet me notë 8(tetë) 60-69 pikë – vlerësohet me notë 7(shtatë) 50-59 pikë – vlerësohet me notë 6(Gjashtë) 0-49 pikë – Studenti ri-përsëritë në provim.</p>
Mjetet e konkretizimit – TI	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori,

	Power point, etj.
Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit	70% Teori 30% Punë praktike me raste të studimit
Literatura	
Literatura bazë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Digital Business and E-commerce Management”, Dave Chaffey, David Edmundson-Bird, Tanya Hemphil;, Pearson UK, 2019. 2. “The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power”, Michael A. Cusumano, Annabelle Gawer, David B. Yoffie; HarperCollins, 2019.
Literatura shitesë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital” by Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan 2017. 2. Marketing 5.0: Technology for Humanity by Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Publisher Wiley 2021 ISBN 9781119668541 3. “What's Your Digital Business Model?: Six Questions to Help You Build the Next-Generation Enterprise”, Peter Weill, Stephanie Woerner; , Harvard Business Press, 2018.
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë:	<p>Hyrje në biznesin dixhital (pjesa e parë)</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët do të njoftohen për ndikimin e komunikimeve dixhitale në bizneset tradicionale, duhet të jenë në gjendje të dijnë së cili është ndryshimi midis një biznesi dixhital dhe një biznesi e-commerce, përcaktojnë mundësitë e biznesit dixhital kuptimin dhe shtrirjen e biznesit dixhital, barrierat për adoptimin e teknologjisë nga palët e interesuara të biznesit dixhital, barrierat për adoptimin dixhital të konsumatorëve. (fq. 3-28)</p> <p>Rezultati i pritur nr. 1.</p>
Java e dytë:	<p>Hyrje në biznesin dixhital (pjesa e dytë)</p> <p>Studentët do të vazhdojnë me kapitullin përmes zbulimit të mundësive të biznesit dixhital (Nxitësit e adoptimit të teknologjisë dixhitale; nxitësit e kostos/efikasitetit; nxitësit e konkurrencës) dhe Rreziqet dhe Barrierat për adaptimin e konsumatorit me Internetin. (fq. 28-40)</p> <p>Rezultati i pritur nr. 1.</p>
Java e tretë:	<p>Analiza e mundësive për biznesin dixhital dhe tregtinë elektronike</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët do të jenë në</p>

	<p>gjendje të dijnë për: Modelet e biznesit dhe të të ardhurave për tregtinë elektronike, për analizen e tregut dixhital, për një proces për analizën e tregut dixhital, vendndodhja e tregtimit në tregun online, modelet e biznesit për tregtinë elektronike, fokusimin në kompanitë fillestare dixhitale, menaxhimi i infrastrukturës dixhitale të biznesit, të identifikojnë modelet kryesore të biznesit dhe tregjeve për komunikimet dhe tregtimin dixhital. (fq. 37-71)</p> <p>Rezultati i pritur nr. 1 dhe 2.</p>
<i>Java e katërt:</i>	<p>Menaxhimi i infrastrukturës dixhitale të biznesit</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje: - Të përkufizojnë gamën e teknologjive dixhitale të përdorura për të ndërtuar një infrastrukturë biznesi dixhitale brenda një organizate dhe me partnerët e saj; - rishikojnë qasjet e menaxhimit të nevojshme për të ruajtur cilësinë e shërbimit për përdoruesit e platformave dixhitale, fokusimi në zhvillimin e përvojave të klientëve dhe shërbimeve dixhitale, menaxhimi i komunikimeve të brendshme dixhitale përmes rrjeteve të brendshme dhe rrjeteve të jashtme, Përqendrimi në faktorët e qeverisjes së brendshme dhe të jashtme që ndikojnë në biznesin dixhital. (fq. 72- 119)</p> <p>Rezultati i pritur nr. 1 dhe 2.</p>
<i>Java e pestë:</i>	<p>Çështjet kryesore në mjedisin dixhital</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli studentët duhet të jenë në gjendje të identifikojnë faktorët që ndikojnë në sjelljen e blerjes së tregtisë elektronike, privatësinë dhe besimin në tregtinë elektronike, çështje mjedisore dhe të gjelbra që lidhen me përdorimin e internetit, faktorët ekonomikë dhe konkurrues, implikimet e tregtisë elektronike për tregtinë ndërkombëtare B2B, qeveria dhe transformimi dixhital, inovacioni teknologjik dhe vlerësimi i teknologjisë, elementët e ndryshëm të makro-mjedisit të një organizate që ndikojnë në biznesin dixhital dhe strategjinë e marketingut dixhital. (fq. 120-178)</p> <p>Rezultati i pritur nr. 1, 2 dhe 3.</p>
<i>Java e gjashtë:</i>	<p>Strategjia e biznesit dixhital</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të ndjekin një model të duhur të procesit të strategjisë për biznesin dixhital: të përcaktojnë strategjinë e biznesit</p>

	<p>dixhital si; analiza strategjike e burimeve dhe proceseve; Analiza e mjedisit konkurrues, vlerësimi i kërcënimeve konkurruese, përcaktimi i objektivave strategjike, strategjitë e zhvillimit të tregut dhe produktit; pozicionimi dhe diferencimi i strategjitë, modelet e biznesit, shërbimeve dhe të ardhurave, ristrukturimi i tregut, zinxhiri i furnizimit, aftësitë e brendshme të menaxhimit të njohurive; (fq. 179-247).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2 dhe 3.</p>
Java e shtatë:	<p>Zinxhiri i furnizimit dhe kërkesa</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli studentët duhet të jetë në gjendje të dijnë se çfarë është menaxhimi i zinxhirit të furnizimit dhe prokurimi elektronik, përqendrimi në zinxhirin e vlerës, përdorimin e biznesit dixhital për të ristrukturuar zinxhirin e furnizimit, zbatimin e menaxhimit të zinxhirit të furnizimit, çfarë është prokurimi elektronik, Barrierat dhe rreziqet e adoptimit të prokurimit elektronik, zbatimi i prokurimit elektronik, përqendrimi në tregjet B2B, e ardhmja e prokurimit elektronik (fq 248-302).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3 dhe 4.</p>
Java e tetë:	<p>Marketingu dixhital</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të përcaktojnë marketingun dixhital, të hartojnë planifikimin e marketingut dixhital, të kryejnë analizën e situates, analiza cilësore e kërkesës së klientit, analiza e konkurrencës dhe analiza ndërmjetëse ose ndikues, strategjitë e tregut të synuar, strategjinë e përmbajtjes, fokusimin në karakteristikat e komunikimeve të mediave dixhitale, përqendrohimi në markën dixhitale dhe fokusimi në markimin në internet. (fq. 303-364).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.</p>
Java e nëntë:	<p>Menaxhimi i marrëdhënieve me klientët (pjesa e parë)</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të përcaktojnë aplikacionet e marketingut të CRM; Çfarë është e-CRM; Përfitimet e e-CRM; Strategjia e angazhimit të klientit; Profilizimi i klientit; Procesi i blerjes online; Menaxhimi i blerjes së klientëve; Komunikimet e marketingut për klientët; Karakteristikat e komunikimeve</p>

	<p>interaktive të marketingut; Fokusohuni në mediat sociale dhe strategjinë e CRM sociale (fq. 365 - 403).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.</p>
Java e dhjetë:	<p>Menaxhimi i marrëdhënieve me klientët (pjesa 2)</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të përcaktojnë menaxhimin e mbajtjes së klientit; Fokusimi në Shkëlqimin në cilësinë e shërbimit të tregtisë elektronike; Përmirësimi i cilësisë së shërbimit online (Besueshmëria; Përgjegjshmëria; Materialet e prekshme; Siguria; Empatia); Zgjerimi i klientit; Zgjidhje teknologjike për CRM; Llojet e aplikacioneve CRM; Cilësia e të dhënave (fq. 404- 449).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.</p>
Java e njëmbëdhjetë:	<p>Përvoja e klientit dhe dizajni i shërbimit (pjesa e parë)</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të analizojnë për projektet e teknologjisë dixhitale, modelimi i procesit, modelimi i të dhënave, dizajnimi për projekte të teknologjisë dixhitale, dizajni arkitektonik i sistemeve dixhitale të biznesit, përqendrimi në dizajnin e faqes me në qendër përdoruesin dhe menaxhimin e përvojës së klientit, kuadri i menaxhimit të përvojës së klientit, dizajnimi i përvojës së klientit dhe implementimi. (fq. 450- 479).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4, 5 dhe 6.</p>
Java e dymbëdhjetë:	<p>Përvoja e klientit dhe dizajni i shërbimit (pjesa e dytë)</p> <p>Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të dine për përdorshmërine, vlerësimi i dizajneve të biznesit, projektimi i arkitekturës së informacionit, orientimi ndaj klientit, dizajni dhe struktura e saittit, fokusimi në dizajnin e sigurisë për biznesin dixhital dhe rrjetet private virtuale (fq. 480- 521).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4, 5 dhe 6.</p>
Java e trembëdhjetë:	<p>Menaxhimi i transformimit të biznesit dixhital dhe hakerimi i rritjes (pjesa e parë)</p> <p>Në këtë ligjëratë do të prezantohen përkufizimet e transformimit të biznesit dixhital, pse transformimi i biznesit dixhital nuk ka të bëjë vetëm me IT-në, shfaqja e</p>

	<p>transformimit dixhital si një disiplinë, kuptimi i arsyeve të transformimit dixhital, kuadri i transformimit dixhital, procesi i të jetuarit dhe i vlerësimit të transformimit dixhital, çfarë është hakimi i rritjes dhe përdorimi i Scrum, një metodologji e shkathët, në marketingun dixhital (fq. 522-557).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4, 5 dhe 6.</p>
Java e katërbëdhjetë:	<p>Menaxhimi i transformimit të biznesit dixhital dhe hakerimi i rritjes (pjesa e dytë)</p> <p>Në këtë ligjëratë do të vazhdojnë temat rreth zhvillimit të fushatave të shkathëta të marketingut, procesi i hakerimit të rritjes, krijimi i mjedisit të duhur për hakerimin e rritjes, matja e suksesit të zbatimit, fokusimi në analitikën e uebit: matja dhe përmirësimi i performancës së shërbimit dixhital të biznesit, parimet e menaxhimit dhe përmirësimit të performances, përqendrimi në matjen e marketingut të mediave sociale dhe prioritetizimi i testimit të përdoruesit (fq. 557- 623).</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4, 5 dhe 6.</p>
Java e pesëmbëdhjetë:	<p>Prezantimi i Projektit: Plani i Biznesit dixhital</p> <p>Në këtë orë mësimore, studentët janë të detyruar që bashkërisht me anëtarët e grupit të cilit i përkasin, të bëjnë prezantimin e pjesëve të projektit në të cilat ata kanë kontribuar. Si shtesë, studentët e gjithë grupit kanë të drejtë që të bëjnë pyetje apo të dhënë mendimin e tyre lidhur me projektet e prezantuara. Studentët të cilët prezantojnë, duhet të përgatiten në kthimin e përgjigjeve të sakta në pyetjet e parashtruara.</p> <p>Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4, 5 dhe 6.</p>
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:	
<p>Vijueshmëria e rregullt, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në dialog gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.</p> <p>Gjatë orëve të ligjëratave dhe ushtrimeve NDALOHET ushqimi, pëshpërimat që pengon punën në klasë dhe përdorimi i telefonave mobil. Njëkohësisht, telefonat celularë duhet të fiken ose të vihen në heshtje dhe të mos përdoren gjatë kohës së ligjëratave apo ushtrimeve.</p> <p>Një nga shenjat se materiali i lëndës është kuptuar siç duhet është ndershmëria gjatë kryerjes së detyrave. Mungesa e integritetit akademik (ku përfshihet plagjiatura, kopjimi i punës së një personi tjetër, përdorimi i ndihmave të paautorizuara në provime, mashtrimi etj) nuk do të tolerohet. Nëse ka dyshime për vërtetësinë e punës së paraqitur, ligjëruesi</p>	

ka të drejtë t'i kërkoj studentit të verifikojë punën e tij/saj. Kjo mund të bëhet përmes: përsëritjes së punës, testimit me shkrim ose me gojë, kuiz i papritur apo me çdo veprim tjetër që konsiderohet i nevojshëm nga ligjëruesi.