

<b>Të dhëna bazike të lëndës</b>	
<b>Njësia akademike</b>	<b>Fakulteti i Menaxhmentit</b>
<b>Programi</b>	<b>Menaxhimi i Biznesit dhe Ndërmarrësia</b>
<b>Titulli i lëndës</b>	<b>Shitja dhe Menaxhimi i shitjes</b>
<b>Niveli</b>	<b>Bachelor</b>
<b>Statusi i lëndës</b>	<b>Obligative</b>
<b>Viti i studimeve</b>	<b>III</b>
<b>Semestri</b>	<b>V</b>
<b>Numri orëve në javë</b>	<b>3</b>
<b>Vlera në kredi - ECTS</b>	<b>5</b>
<b>Koha / lokacioni</b>	<b>USHAF</b>
<b>Mësimdhënësi i lëndës</b>	
<b>Detajet kontaktuese</b>	
<b>Përshkrimi i lëndës</b>	
	Lëndë fokusohet në rolin që shitja e produkteve ka për afarizmin e ndërmarrjes, literatura shkencore shtjellohet përmes temave Planifikimi si funksion i menaxhmentit, Menaxhimi i distribuimit, Organizimi, Udheheqja, Planifikimi strategjik dhe buxheti, Funksionet e kanaleve të shitjes, Organizimi i distribuimit, Dizajnimi i kanaleve të shitjes, Llojet e kanaleve të shitjes, Sjelljet e kanaleve të shitjes. Shitja dhe menaxhimi i shitjes është një disiplinë e cila është e përqendruara në zbatimin praktik të teknikave të shitjeve dhe menaxhimit të operacioneve të shitjeve të një ndërmarrjeje duke u bazuar në qasjen e marketingut dhe orientimin e arritjeve të objektivave përmes teknikave të avancuara në kuadër të strategjive të shitjes - marketingut.
<b>Qëllimet e lëndës</b>	Objektivi kryesor i kësaj lënde është që student të mësojë kryesisht për praktikën më të mira duke eksploruar tregun dhe teknikat e shitjes në procesin e projektimit të produktit dhe zhvillimin e tij. Studentët duhet të njohin edhe anën psikologjike të konsumatorëve për të krijuar konsumator besnik gjatë procesit të shitjes.
<b>Rezultatet e pritura të mësimnxënies</b>	Pas përfundimit të suksesshëm të modulit, studentet duhet të: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Përfitojnë njohuri bazike për teknikat e shitjes,</li> <li>• Vlerësojnë parimet dhe praktikën e shitjes në ndërmarrje,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuptojnë rëndësinë e organizimit të distribuimit për shitjen e produktit,</li> <li>• Dijne për shitjet e sofistikuara biznes – biznes,</li> <li>• Kompetent për anëtarë të ekipit në ndërmarrje ku planifikohet zbatimi i projekteve të mëdha të shitjes,</li> <li>• Analizojnë se si krijohen produkte të reja dhe faktorët që ndikojnë në suksesin dhe dështimin e tyre në treg,</li> <li>• Kombinoj teknikat e shitjes në kontest të suksesit të ndërmarrjes,</li> <li>• Implementojnë strategjitë e marketingut në funksion të shitjes në ndërmarrje.</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	2	15	30
Ushtrimet teorike/detyra	1	15	15
Punë praktike	5	1	5
Kontaktet me mësimdhënësit - konsultimet	1	5	5
Ushtrime në terren			
Kollokuiume - seminare			
Detyra të shtëpisë	2	5	10
Koha e studimit vetanë të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			45
Përgatitja përfundimtare në provim	3	2	6
Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)	2	2	4
Projektet, prezantimet etj	1	5	5
<b>Totali</b>			<b>125</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)</b>	Ligjërata interaktive me studente lidhur me temat e ligjërara, 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, prezantimi i studenteve për Raste studimi, Punime seminarik-shkencore, Ese apo Hulumtim.		
<b>Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)</b>	Metoda (Kriteret) e vlerësimit: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 pikë - angazhimi në ligjërata dhe vijueshmëria,</li> <li>• 20 pikë - punim seminari, ese, rast studimi, projekt</li> </ul>		

	<p>hulumtues,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 70 pikë - provimi final,</li> </ul> <p>Testi i Provimit (test me shkrim/ gojë) – përmban min. 5 pyetje,          Studenti e kalon provimin nëse grumbullon 50 pike nga te gjitha kriteret e vlerësimit,</p>
<b>Mjetet e konkretizimit - TI</b>	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, PowerPoint, etj.
<b>Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit</b>	60% Teori 40% Punë Praktike me raste studimi Punim seminarik, Raste studimi Ese apo Projekt hulumtues,
<b>Literatura</b>	
<b>Literatura bazë</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jobber, David, 2019, <i>Selling and Sales Management, 11th Edition, Perason,</i></li> <li>2. Frank V. Cespedes, 2021, <i>Sales Management That Works: How to Sell in a World that Never Stops Changing, HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS, Boston, Massachusetts,</i></li> </ol>
<b>Literatura shtesë</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hicks,H.G.,Gullet,C.R.:Management, McGraw - Hill, New York 1997.</li> <li>2. Ball, Ellson and Adamy - Just what you need, 2004. 5. Jonathan Betz – State Tries to Change Image with ad Campaign, 2005.</li> <li>3. Vjollca Mullatahiri - Aftesite dhe teknikat e shitjes 2015.</li> </ol>
<b>Plani i dizajnuar i mësimit:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>
<b>Java e parë</b>	Prezentimii Syllabusit, Kuptimi i menaxhmentit
<b>Java e dytë</b>	Menaxhmenti si disiplinë shkencore Diskutime interaktive,
<b>Java e tretë</b>	Planifikimi si funksion i menaxhmentit Diskutime interaktive,
<b>Java e katërt</b>	Procesi i vendosjes Diskutime interaktive, Diskutime interaktive,
<b>Java e pestë</b>	Planifikimi strategjik dhe buxheti Diskutime interaktive,
<b>Java e gjashtë</b>	Udheheqja (drejtimi) si funksion i menaxhmentit, Diskutime interaktive,

<b>Java e shtatë</b>	Personeli (staffing), Diskutime interaktive,
<b>Java e tetë</b>	Udheheqja (drejtimi) si funksion i menaxhmentit,
<b>Java e nëntë</b>	Motivimi dhe Kontrolli si funksion i menaxhmentit, Diskutime interaktive,
<b>Java e dhjetë</b>	Menaxhimi i distribuimit, Diskutime interaktive,
<b>Java e njëmbëdhjetë</b>	Funksionet e kanaleve të shitjes, Diskutime interaktive,
<b>Java e dymbëdhjetë</b>	Organizimi i distribuimit, Diskutime interaktive,
<b>Java e trembëdhjetë</b>	Dizajnimi i kanaleve të shitjes, Diskutime interaktive,
<b>Java e katërbëdhjetë</b>	Llojet e kanaleve të shitjes, Diskutime interaktive,
<b>Java e pesëmbëdhjetë</b>	Sjelljet e kanaleve të shitjes, Prezantime te punimeve seminarike
<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes</b>	
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.	