

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Menaxhmentit
Programi	Menaxhimi i Biznesit dhe Ndërmarrësia
Titulli i lëndës:	Produkti dhe Vendosja e Çmimit
Niveli:	Bachelor
Statusi i lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	III
Semestri:	V
Numri orëve në javë:	4
Vlera në kredi:	6
Koha / lokacioni:	UShAF
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës	
	<p>Kjo lëndë do të elaborohet nga materiali shkencore i cili përmban temat që ndërlidhen me produktin dhe çmimin - Nocioni për produktin dhe çmimi, Klasifikimi i produkteve Karakteristikat e produktit, Marka/Brendi i produktit, Produkti i ri, Cikli Jetësor i produktit, Kuptimi i çmimit, Metodat e llogaritjes së çmimit, Analiza e raportit çmim-kërkesa, Përfshirja e kostove në çmim, Shitjes dhe çmimi, Produkti i ri dhe çmimi, Ndryshimi i çmimit, Shitja me pakice, Shitja me shumice.</p>
	<p>Qëllimi i lëndës është që studentet të zhvillohen si lider duke kuptuar rolin dhe rendësin që ka për ndërmarrjen produkti dhe vendosja e çmimit për produktin. Studentet do të përgatiten për të qene pjese e ekipes ne ndërmarrje ku vendosja e çmimit te drejte për produktin e determinon suksesin afarist te ndërmarrjes ne drejtim te zhvillimit dhe rritjes se saje - duke krijuar vlere te rritur ekonomike ne një treg konkurrues. Ky modul do te ju mundësoj studenteve qe te përfitojnë njohuri për produktin me marke, klasifikimin e produktit, pastaj për çmimet dhe metodat e përlllogaritjes së çmimit dhe temave tjera qe janë elemente me rëndësi për zhvillim dhe rritje te ndërmarrjes ne treg.</p>
Rezultatet e pritura të mësimnxënies:	<p>Pas përfundimit të suksesshëm të modulit, studenti duhet të:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Përfitoj njohuri për produktin dhe çmimin, • Identifikoj produktet me marke sipas llojit dhe

	<p>karakteristikave te tije,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zgjedhe produktet duke u bazuar ne klasifikim e produkteve ne ndërmarrje, • Zhvilloj shkathtësi në përdorimin e metodës se kalkulimit te çmimit për një produkt. • Ndërton aftësi për përlogaritjet e kostove te produktit me rastin e caktimit te çmimit, • Kupton mënyrën e vendosjes se produktit me një çmim konkurrues ne tregun e synuar duke u ndërlidhur edhe me ciklin jetësor te produktit, • Shfrytëzon aftësitë për identifikim te produktit me standarde ndërkombëtare. • Te jete kompetent për te marre pjese ne pune ekipore ndërlidhur me produktin dhe çmimin ne kontest te shitjes, 		
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 / detyra	1	15	15
Punë praktike	5	1	5
Kontaktet me mësimdhënësit - konsultimet	1	5	5
Ushtrime në terren			
Kollokiume - seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë	2	5	10
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			45
Përgatitja përfundimtare në provim	2	5	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	3	2	6
Projektet, prezantimet e PS, hulumtimet, etj	1	5	5
Totali			150
Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)	<p>Ligjërata do te organizohet duke pas studentin ne qendër, do te dëgjohet opinionin e studenteve për literaturën qe do te përdoret, për mënyrën e organizimit te ligjëratis e cila do te jete interaktive lidhur me temat e ligjëruara, orientimi ne shtjellimin e materialit do te diskutohen ne grupe, vizite praktike grupore me studente - produkti dhe mënyra e vendosjes se çmimi, prezantimet e studenteve për Punim</p>		

	seminari, Ese apo Hulumtim.
Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)	Ne semestër organizohen dy Teste me shkrim me nga 35 pikë, ose studenti ka te drejt ti nënshtrohet vetëm provimit final i cili ka 70 pikë (test me shkrim/ gojë), testi përmban pyetje te hapura, mbyllura dhe pyetje alternative, <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 20 pikë - Angazhimi dhe vijueshmëria ne ligjërata, <input type="checkbox"/> 10 pikë - Punim Seminari (kollokuim)/Raste Studimi/Projekt hulumtues, <input type="checkbox"/> 70 pikë - nga dy Teste ose Provimi final, Studenti e kalon provimin nëse grumbullon 50 pikë nga te gjitha kriteret e vlerësimit,
Mjetet e konkretizimit - TI	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, Power point, etj.
Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit	65% - Teori, 35% - Interpretimi i detyrave, prezantimi i studentëve me detyra dhe punime,
Literatura	
Literatura bazë	1. Simon, Hermann, Fassnacht, Martin, 2019, Price Management: Strategy, Analysis, Decision, Implementation, Springer, Boon 2. Ismail Mehmeti, PhD - "Vendosja e Produktit dhe Çmimeve", Ferizaj 2019, (Ligjërata e autorizuar),
Literatura shtesë	1. Brian Lawley & Pamela Schure - "Product Management", 2017, 2. Nail Rashiti - "Marketingu", Prishtine 2016, 3. Philip Kotler and Gary Armstrong - "Principles of Marketing" - 13 Edition 2010, përkthyer 2013,
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë	Prezantimi - njoftimi i studenteve me syllabusin e lëndës, Produkti dhe çmimi,
Java e dytë	Nocioni për produktin, Nivelet e produktit,
Java e tretë	Klasifikimi i produkteve, Karakteristikat e produktit, Diskutim me studentet për identifikim te punimit te mundshëm për - Rast studimi, Punim seminari apo Projekt

		hulumtues,
	Java e katërt	Marka/Brendi i produktit, Produkti dhe perceptimi, Diskutim grupor,
	Java e pestë	Produkti i ri – strategjia, Diskutim interaktiv,
	Java e gjashtë	Cikli Jetësor i produktit, Prezantim nga studentet,
	Java e shtatë	Strategjia e depërtimit të produktit në treg, Diskutime grupore për materialin e lëndës së përpunuar - Testi i parë me shkrim,
	Java e tetë	Çmimi - kuptimi, Diskutim interaktiv - prezantim i punimeve nga studentet,
	Java e nëntë	Përlllogaritja e çmimit – Metodën, Organizim dhe diskutim për aspekte praktike, prezantim nga studentet,
	Java e dhjetë	Analiza e raportit çmim-kerkes, prezantim i punimeve nga studentet,
	Java e njëmbëdhjetë	Çmimi përfshirja e kostos-llogaritja, Prezantim dhe Diskutim interaktiv,
	Java e dymbëdhjetë	Strategjia e shitjes dhe çmimi – vizite praktike me studentet për produktin dhe çmimin,
	Java e trembëdhjetë	Produkti i ri dhe çmimi, Diskutim interaktiv, shtjellim i materialit të ligjëruar,
	Java e katërmëdhjetë	Ndryshimi i çmimit, Shitja me pakice, Shitja me shumice, Prezantim i studenteve,
	Java e pesëmbëdhjetë	Diskutime interaktive për materialin e lëndës së përpunuar- Testi i dytë me shkrim,
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:		
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.		