

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Menaxhmentit
Programi:	Menaxhimi i Biznesit dhe Ndërmarrësia
Titulli i lëndës:	Menaxhimi i marrëdhënieve me klient
Niveli:	Bachelor
Statusi i lëndës:	O
Viti i studimeve:	III
Semestri:	V
Numri orëve në javë:	3
Vlera në kredi – ECTS:	5
Koha / lokacioni:	USHAF
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës	Lënda në fjalë synon të theksojë rëndësinë e marrëdhënieve me klientët si një domosdoshmëri për suksesin e kompanive dhe organizatave që operojnë në tregje të ndryshme, kjo elaborohet përmes temave, Menaxhimi i Marrëdhënieve me Klientin, Vlera e Klientit, Vlera për Kompaninë, Zinxhiri kënaqësi-besnikëri-fitim, Zgjerimi i konceptit të vlerës së klientit, Ndryshimet që përcakton Konsumatori, Përfitimi i menaxhimit të klientit, Programet e besnikërisë, Menaxhimi i aktoreve të interesit, Media Sociale në Menaxhimin e Marrëdhënies me Klientin, Përfitimet e Menaxhimit të Marrëdhënieve me Klientin, Planifikimi për sukses.
Qëllimet e lëndës	Qëllimi i lëndës është që studentet të aftësohen mbi temat që përfshijnë ofrimin e njohurive rreth bazave të marrëdhënieve me klientin të cilat përfshijnë: a) sjelljen e klientëve, marketingun e marrëdhënieve, kënaqësinë e klientit, besnikërinë, etj. Lënda synon që tu ofrojë studentëve njohuri për ndikimin që kanë konceptet e marrëdhënieve me klientin në suksesin e shitjeve.
Rezultatet e pritura të mësim-nxënies	Pas përfundimit të kësaj lënde studentët do të: 1. Përfitojnë njohuri në lidhje me teoritë dhe praktikat kryesore në fushën e menaxhimit të marrëdhënieve me klientin (ECTS: 1). 2. Kuptojnë rëndësinë e Menaxhimit të marrëdhënieve me klientin në një kompani, si dhe ndikimin në suksesin e biznesit (ECTS: 1). 3. Aftësohen me shprehje praktike për procesin e menaxhimit të marrëdhënieve me klientin (ECTS: 1). 4. Identifikoj rolin që luan koordinimi i departamenteve të ndryshme brenda kompanisë (ECTS: 1). 5. Ndërton raport me klientin në të mirë të ndërmarrjes, si dhe të jetë kompetent për të qenë pjesë e ekipes në ndërmarrje, për ndërtim të raporteve të shëndosha me klientin (ECTS: 1),

Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrimet teorike/detyra	1	15	15
Punë/Vizitë praktike	5	1	5
Kontaktet me mësimdhënësit – konsultimet	1	5	5
Përgatitja për detyra projekte	1	5	5
Projekt kursi – Test (planifikim + zbatim)			
Detyra të shtëpisë	1	10	10
Koha e studimit vetanëk të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			35
Përgatitja përfundimtare në provim	1	10	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)	1	5	5
Projektet, prezantimet etj	1	5	5
Totali			125
Metodologjia e mësimdhënies dhe mësim-nxënies	Ligjërata do të organizohet duke pas studentin në qendër, 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 punimeve studentore, do të dëgjohet opinioni i studenteve për literaturën që do të përdoret, për mënyrën e organizimit të ligjërates e cila do të jete interaktive lidhur me temat e ligjëruara, orientimi në shtjellimin e materialit do të diskutohen në grup - vizite praktike, prezantimi i studenteve për Raste studimi, Punime seminari apo Hulumtim.		
Metodat e vlerësimit dhe kriteret e kalueshmërisë	Metoda e vlerësimit – mbështetet në tri aktivitete – në baze të të cilave do të ndërtohet nota përfundimtare: ➤ Aktivitet dhe Angazhim në mësim.....max 20 pikë (%), ➤ Hartimi / prezantimi i projektit/punim seminari..max 10 pikë (%), ➤ Provimi final (ose nga dy teste).....max 70 pikë (%), Kriteret e kalueshmërisë - ndërlidhur me aktivitetet e parapara me metodën e vlerësimit: 1. Aktiviteti dhe Angazhimi në mësim – vlerësohet me 20 pikë (%) nga 100 pikët (%)e mundshme: • Aktiviteti në mësim (10 pikë (%)) - nënkupton që studenti të jetë aktive dhe i përfshirë në diskutime interaktive profesor-studentë, studentë-studentë, duke hapur tema të reja që janë të ndërlidhura me lëndën, duke dhënë ide, opinione, mendime kritike me qëllim të nxitjes së debatit gjatë ligjëratave. • Angazhimi (10 pikë (%)) - nënkupton që studenti të kryej dhe prezantoj detyrat që caktohen në fund të secilës ligjëratë dhe pastaj diskutohen në fillim të ligjëratës vijuese. Qëllimi: Nxitja e mendimit kritik dhe zgjidhja kreative e situatave		

reale ndërlidhur me problemet e parashtruara - te ndërlidhura me mësim-nxënien ne modulin e lendes.

2. Hartimi dhe prezantimi i një projekti/punimi seminari - vlerësohet me 10 pikë nga 100 pikët (%) e mundshme,

Brenda semestrit studenti (mund të jetë një grup i studenteve – jo me shume se 3 studentë) duhet të përgatit një projekt/punim seminari (Word dhe në PowerPoint), i njëjti punim duhet të prezantohet gjatë orëve të caktuara për prezantim. Prezantimi do të zgjasë më së shumti 15 minuta.

Tema e punimit mund të propozohet nga profesori dhe nga studenti – tema e propozuar nga studenti duhet te miratohet nga profesori, dhe e njëjta duhet të jetë ne korrelacion te plot me lëndën.

Punimi prezantohet para grupit dhe vlerësohet në bazë të cilësisë së përmbajtjes, analizës, kreativitetit dhe aftësisë për ta prezantuar qartë.

Kriteret e vlerësimit te projektit/punimit seminari	
Komponenti	Pikët (%)
Struktura dhe Qëllimi i punimit	3
Përmbajtja/shtjellimi i punimit	3
Përfundimet e nxjerra dhe prezantimi i punimit	4
Gjithsej:	10

Qëllimi: zhvillimi i aftësive kërkimore, analitike dhe shkencore, përmes trajtimit të një teme të caktuar në mënyrë të pavarur dhe akademike - te ndërlidhura me mësim-nxënien ne modulin e lendes.

3. Testi i provimit final, vlerësohet me 70 pikë (%) nga 100 pikët (%) e mundshme,

Studenti do t'i nënshtrohet testit të provimit final, pas përfundimit të ligjëratave të lëndës dhe në afatet e provimeve të përcaktuar nga senati i Universitetit.

Testi i provimit (formulari me pyetje) duhet te plotësohet në mënyrë individuale nga studenti dhe i njëjti vlerësohet sipas kriterëve dhe përmban:

- ♦ pyetje objektive me zgjedhje të shumëfishta alternative, të njëjtat do të shfrytëzohen për të vlerësuar aftësitë e studentit për të ri- kujtuar dhe njohur konceptet dhe materialin e lëndës.....**30 pikë (%)**,
- ♦ pyetje subjektive të llojit tema për shpjegim/përgjigje me shkrim/detyra - për të cilat vet studenti duhet të jete në gjendje të jep përgjigje ndërlidhur me materialin e lëndës së ligjëruar, të njëjtat përgjigje do të shfrytëzohen për të vlerësuar të kuptuarit dhe aftësitë e studentit për të zbatuar njohuritë e fituara në analizë, sintezë/vlerësim të problemit....**40 pikë (%)**

Qëllimi i testit: të vlerësojë përvetësimin e rezultateve te mësim-nxënies dhe aftësinë për t'i zbatuar ato në situata praktike.

Studenti e kalon provimin nëse grumbullon 50 pikë (%) nga të gjitha aktivitetet e parapara me metodën e vlerësimit,

Notat në UShAF:

		Nota	ECTS/Nota	Përqindja (%)	Përkufizimi
		10	A	90 - 100	Shkëlqyeshëm
		9	B	80 - 89	Shkëlqyeshëm
		8	C	70 - 79	Shumë mirë
		7	D	60 - 69	Mirë
		6	E	50 - 59	Mjaftueshëm
		5	FX/F	0 - 49	Pamjaftueshëm
Mjetet e konkretizimit – TI	Përdorimi Tabela inteligjente, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori PowerPoint, Përdorimi i platformave dhe mjeteve “on-line” për të mbështetur komunikimin dhe bashkëpunimin në ekip, etj.				
Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit	70% - Teori, 30% - Ushtrime/detyra praktike, Ky raport ka për qëllim të analizojë lidhjen ndërmjet njohurive teorike të përfituara gjatë ligjëratave të parapara në modulin e lëndës dhe realizimit të ushtrimeve praktike (vizita praktike, ushtrime me studentë, kuize studentore në klase, etj). Nga gjithsej 125 orë të parapara për lëndën, ndarja është bërë sipas raportit 70% me fokus në teori dhe 30% në ushtrime/detyra praktike. • 87.5 orë janë të dedikuara për ligjërata teorike, përfshirë përvetësimin e koncepteve bazë, metodologjive dhe standardeve të parapara ne modulin e lëndës. • 37.5 orë janë të fokusuara në ushtrime/detyra praktike, analiza rastesh konkrete, punë në grup dhe zhvillim projektsh simulimi. Ndarja e 6 ECTS sipas raportit 70%-30% ❖ 3.5 ECTS - i dedikohen pjesës teorike, ❖ 1.5 ECTS - i dedikohen pjesës ushtrime/detyra praktike, Kjo ndarje reflekton balancën ndërmjet përvetësimit të koncepteve bazë dhe zbatimit të tyre përmes aktiviteteve praktike.				
Literatura					
Literatura bazë	1. Kumar, V dhe Reinartz, W (2018) Customer Relationship Management (3d Edition), Springer 2. Buttle, F. dhe Maklan, S. (2015) Customer Relationship Management (3d Edition), Routledge,				
Literatura shtesë	1. Roger J. Baran , Robert Galka, Daniel P. Strunk, “Principles of Customer Relationship Management”, South-western College Pub, 2007,				
<u>Informacion shtesë</u> – Punimi Shkencor nga profesori i lëndës:	* Punimi Shkencor: Titull – “Enhancing Competitive Advantage in Kosovo's Hospitality Sector: The Impact of Marketing Mix Strategies”, Autoret: A. Thaqi, N. Vizdik Thaqi Revista shkencore “Academic Journal of Interdisciplinary Studies”, E-ISSN: 2281-4612 /ISSN:2281-3993. Vol. 13 No. 4, Published: 05-07-2024. Linku i punimit: https://doi.org/10.36941/ajis-2024-0127				

Plani i dizajnuar i mësim:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë	Rëndësia e lëndës, literatura bazë dhe obligimet e studentëve gjatë kursit, Kjo është një ligjëratë hyrëse e cila do t'i informojë studentët lidhur me plan programin e lëndës. Po ashtu në këtë ligjëratë studentët kanë mundësi t'i zgjedhin grupet për përgatitjen e projektit. Rezultati i pritur nr. 1.
Java e dytë	Inteligjenca Artificiale dhe Sistemet automatike te marketingut dhe CRM Menaxhimi i Marrëdhënieve me Klientin. Rezultati i pritur nr. 1.
Java e tretë	Vlera për Kompaninë/Zinxhiri kënaqësi-besnikëri Fitim/zgjerimi i konceptit te vlerës se klientit. Rezultati i pritur nr. 1 dhe 2.
Java e katërt	Marketingu tradicional/transaksional (TM) vs. marketingut te marrëdhënies (RM) Konceptet, ngjashmëritë dhe ndryshimet / Format organizative te RM. Rezultati i pritur nr. 1, 2 dhe 3.
Java e pestë	Menaxhimi i marrëdhënjes me klient (CRM) strategjike, zhvillimi dhe Elementet e saj Ndryshimet qe përcakton Konsumatori / Përfitimi i menaxhimit te klientit /Programet e besnikërisë. Rezultati i pritur nr. 1, 2 dhe 3.
Java e gjashtë	Menaxhimi i marrëdhënjes me klient (CRM) strategjike- Pjesa 2, Proceset, Zbatimi, Kriteret e Vlerësimit, Karakteristikat/ Propozimi i vlerës, Strategjia e Klientit, Menaxhimi i aktoreve te interest. Rezultati i pritur nr.1, 2 dhe 3.
Java e shtatë	Menaxhimi i fushatës CRM-së, Faza e Identifikimit të klientit te synuar, Zhvillimi i strategjisë se komunikimit, kanalet mediatike, buxheti. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3 dhe 4.
Java e tetë	CRM në kanalet e marketingut, Strategjitë e CRM-së në kanale, Llojet e kanaleve te marketingut në CRM. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3 dhe 4.
Java e nëntë	Shërbimet ndaj Klientit, Elementet, Automatizimi i Shërbimit Kërkesat e Klientit ndaj organizatës, Faktorët për implementim te suksesshëm të CRM-së. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.
Java e dhjetë	CRM në funksion të bindjes ndaj klientit,

	Modelet e aplikuara, Aplikimi i bindjes dhe taktikave te saj / Principet e psikologjise se konsumatorit. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.
Java e njëmbëdhjetë	Inteligjenca Artificiale dhe Media Sociale në Menaxhimin e Mardhënies me Klientin-CRM, Aplikimi dhe Impakti. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.
Java e dymbëdhjetë	Përfitimet e Menaxhimit te Mardhënieve me Klientin Planifikimi për sukses. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.
Java e trembëdhjetë	Përfitimet e Menaxhimit te Mardhënieve me Klientin / Implementimi, E ardhmja e Menaxhimit te Mardhënieve me Klientin. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.
Java e katërbëdhjetë	Marketing - Prezantimi i Projektit 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. Rezultati i pritur nr.1, 2, 3, 4 dhe 5.
Java e pesëmbëdhjetë	Marketing - Përgatitje për provimin përfundimtar Në këtë ligjëratë do të bëhet një përmbledhje dhe përsëritjeje duke i orientuar me fokus të rezultatet e pritura të nxënies, të listuara nga 1 deri në 5.
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes	
Studenti është i obliguar t'i vijojë ligjëratat më rregull dhe të ketë sjellje korrekte nda j kolegëve dhe stafit të Universitetit, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në ligjëratat dhe ushtrime është e obligueshme. 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. 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, mësimdhënësi 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.	