

SYLLABUS

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Menaxhmentit
Programi:	Menaxhimi i Biznesit dhe Ndërmarrësia
Titulli i lëndës:	Produkti dhe Vendosija e Çmimit
Niveli:	Bachelor
Statusi i lëndës:	O
Viti i studimeve:	III
Semestri:	V
Numri orëve në javë:	3
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	USHAF
Mësimdhënësi i lëndës:	
Detajet kontaktuese:	
Përshkrimi i lëndës	Kjo lëndë përfshinë njohurit bazë mbi produktet dhe vendosjen e çmimeve, temat për studentet do të jnë: 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.
Qëllimet e lëndës	Është që studentet të njohohen dhe të përfitojnë njohuri për produktin, çmimin, për mënyrën e depërimit të produktit në treg, për raportin produkt-konsumator, studentet të njohohen me metodat për kalkulimin e çmimit të produktit, me identifikimin e llojeve të shpenzimeve, me identifikimin e çmimit kushtues të produktit, dhe tema të tjera që dalin nga diskutimi me studentët në lidhje me kursin..
Rezultatet e pritura të mësim-nxënies	Pas përfundimit të kësaj lënde studentët do të: 1. Përfitojnë njohuri për produktin dhe çmimin, (ECTS: 1) , 2. Identifikojnë produktet me marke sipas llojit dhe karakteristikave të tyre, (ECTS: 1) , 3. Ndërton aftësi për përlllogaritjet e kostove të produktit me rastin e caktimit të çmimit, (ECTS: 1) , 4. Shfrytëzojnë njohurit për identifikim të produktit me standarde ndërkombëtare, (ECTS: 1) , 5. Informohet për ndikimin e Inteligjencës Artificiale në zhvillimin e produktit dhe vendosjen e çmimit, (ECTS: 1) , 6. Të jete kompetent për të marrë pjesë në punë ekipore ndërlidhur me produktin dhe çmimin në kontest të shitjes, (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	10	10
Përgatitja për detyra projekte	1	5	5
Projekt kursi – Test (planifikim + zbatim)	2	2	4
Detyra të shtëpisë	1	10	10
Koha e studimit vetanëk të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			40
Përgatitja përfundimtare në provim	2	10	20
Koha e kaluar në vlerësim (teste, provim final)	2	3	6
Projektet, prezantimet etj	1	5	5
Totali			150
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 jetë 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 seminary apo Hulumtim.		
	Metoda e vlerësimit – mbështetet në tri aktivitete – në bazë të të cilave do të ndërtohet nota përfundimtare: ➤ Aktivitet dhe Angazhim në mësim.....max 20 pikë (%), ➤ Hartimi / prezantimi i projektit/punim seminary..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 kryejë dhe prezantojë detyrat që caktohen në fund të secilës ligjërate dhe pastaj		

diskutohen në fillim të ligjërates vijuese.

Qëllimi: Nxitja e mendimit kritik dhe zgjidhja kreative e situatave reale ndërlidhur me problemet e parashtruara - të ndërlidhura me mësim-nxënien në modulin e lëndës.

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 të miratohet nga profesori, dhe e njëjta duhet të jetë në korrelacion të 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 të projektit/punimit seminari	
Komponenti	Pikët (%)
Struktura dhe Qëllimi i punimit	3
Përmbajtja/shtjellimi i punimit	4
Përfundimet e nxjerra dhe prezantimi i punimit	3
Gjithsej:	10

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

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

Brenda semestrit parashihet të mbahen dy Teste (2 x 35 pikë (%)) për studentët e angazhuar aktiv me pjesëmarrje në ligjërata, testi i parë në javën e 7 ose të 8 dhe testi i dytë në fund të ligjëratave, studenti e kalon testin nëse ka min 18 pikë (%), pasi që studenti vlerësohet se ka kaluar testin e parë, atëherë studenti mund t'i nënshtrohet testit të dytë studenti ka të drejtë të nënshtrohet drejtpërdrejt provimit final - me gojë ose me shkrim. Studenti do t'i nënshtrohet testit të provimit final, pas përfundimit të ligjëratave të lëndës dhe në afatet e provimeve të përcaktuara nga senati i Universitetit.

Qëllimi i provimit është që të vlerësohet njohuria, aftësia, shkathtësia dhe kompetencat e studentit, ndërlidhur me rezultatet e mësim-nxënies të parapara në materialin e lëndës së ligjëruar.

Testi i provimit (formulari me pyetje) duhet të 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 ligjësuar, 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 të 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: <table><tr><th>Nota</th><th>ECTS/Nota</th><th>Përqindja (%)</th><th>Përkufizimi</th></tr><tr><td>10</td><td>A</td><td>90 - 100</td><td>Shkëlqyeshëm</td></tr><tr><td>9</td><td>B</td><td>80 - 89</td><td>Shkëlqyeshëm</td></tr><tr><td>8</td><td>C</td><td>70 - 79</td><td>Shumë mirë</td></tr><tr><td>7</td><td>D</td><td>60 - 69</td><td>Mirë</td></tr><tr><td>6</td><td>E</td><td>50 - 59</td><td>Mjaftueshëm</td></tr><tr><td>5</td><td>FX/F</td><td>0 - 49</td><td>Pamjaftueshëm</td></tr></table>	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
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 150 orë të parapara për lëndën, ndarja është bërë sipas raportit 70% me fokus në teori dhe 30% në ushtrime/detyra praktike. • 105 orë janë të dedikuara për ligjëratat teorike, përfshirë përvetësimin e koncepteve bazë, metodologjive dhe standardeve të parapara në modulin e lëndës. • 45 orë janë të fokusuar në ushtrime/detyra praktike, analiza rastesh konkrete, punë në grup dhe zhvillim projektsh simulimi. Ndarja e 6 ECTS sipas raportit 70%-30% ❖ 4 ECTS - i dedikohen pjesës teorike, ❖ 2 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. Simon, Hermann, Fassnacht, Martin, 2019, Price Management: Strategy, Analysis, Decision, Implementation, Springer, Boon, 2. Ismail Mehmeti, PhD - “Produkti dhe Vendosja e Çmimit”, Prishtinë 2025, (Ligjëratë e autorizuar),																												
Literatura shtesë	1. David Meerman Scot – “The new rules of marketing and PR” (in eng) “Rregullat e reja të Marketingut dhe PR-i” (shq), përkthim në shqip Leonard Boduri, Shtëpia Botuese: Living, Tirane 2021, 2. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan – “Marketing																												

	4.0 - Moving from Traditional to Digital”, 2016, Wiley, London, 3. Philip Kotler and Gary Armstrong – “Parimet e Marketingut”, 2013, Tirane,
<u>Informacion shitesë – Punimi Shkencor nga profesori i lëndës:</u>	*Punimi Shkencor - nga autoret: A. Terstena, G. Deda, S. Todorova, I. Mehmeti dhe S. Krasniqi, Titull – “The Impact of Inflation on the Profitability of Businesses: Evidence from Kosovo”, I botuar ne Revisten shkencore “Journal of Educational and Social Research”, e-ISSN – 2240-0524 dhe ISSN – 2239-978X, Vol. A3, No. 4, July 2023. Tema nga punimi: “The impact of inflation on the profitability of businesses”; Linku i punimit: https://www.richtmann.org/journal/index.php/jesr/article/view/13426/13011
Plani i dizajnuar i mësimi:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë	Prezantimi – njoftimi i studenteve me syllabusin e lëndës, Diskutim me studentet për lëndën, për literaturën, për materialin shtesë, për aktivitetet e parapara gjatë ligjëratave, marrja e informatave kthyes nga studentët, etj. Produkti dhe vendosja e çmimit, Është ligjëratë hyrëse, studentet njoftohen me rendësin që ka produkti dhe vendosja e çmimit për ndërmarrjen, studentet zgjedhin grupet punuese për hartim të projekt/punimit, fillohet me ligjëratë gjithëpërfshirëse – specifikohet roli i Inteligjencës Artificiale për zhvillim të produktit. Rezultati i prituri nr. 1 dhe 5.
Java e dytë	Nocioni për produktin, Nivelet e produktit, Ne këtë ligjëratë studentet do të njoftohen me nocionin e produktit, , cilat janë nivelet e produktit dhe si shërbejnë ato për një qasje profesionale të ndërmarrjes ndaj produktit, do të ketë diskutim me studentet për identifikim të projektit/punimit seminarik të mundshëm për prezantim, Rezultati i prituri nr. 1.
Java e tretë	Klasifikimi i produkteve, Karakteristikat e produktit, Ne këtë ligjëratë do të diskutohet me studente për produktin dhe klasifikim të produkteve në treg, do të njihen me karakteristikat e produktit dhe rendësin e tyre për ndërmarrjen dhe konsumatorin, Rezultati i prituri nr. 1 dhe 4.

Java e katërt	Produkti – qëllimi, Ne këtë ligjëratë studentet do të njoftohen me strategjinë që e përdorin ndërmarrjet për futjen në treg të një produkti të ri, si ato pretendojnë që të depërtojnë në tregje vendore, rajonale dhe ndërkombëtare për të përfituar sa më shumë konsumatorë në mënyrë që shitjet të jenë sa më të mëdha, do të ketë diskutime interaktive me studentë – fillimi i prezantimit të punimeve seminarike. Rezultati i pritur nr. 1 dhe 4.
Java e pestë	Inteligjenca Artificiale dhe zhvillimi i produktit, Ne këtë ligjëratë studentet do të njoftohen për rolin e Inteligjencës Artificiale në zhvillimin dhe dizajnimin e produktit, si ndikon IA në zhvillimin e një produkti, si mund të mbledhen shumë të dhëna nga shumë burime dhe si realizohen shumë analiza për të zhvilluar dhe dizajnuar një produkt. do të ketë diskutime interaktive me studentë – fillimi i prezantimit të punimeve seminarike. Rezultati i pritur nr. 5.
Java e gjashtë	Marka Tregtare dhe Cikli Jetësor i Produktit, Studentet do të njoftohen me rolin dhe rendësin e Markës për produktin, si ndikon marka tregtare në shitjen dhe besueshmërinë e konsumatorit në produktin e kompanisë. Do të ligjërohet CJP dhe rëndësia e qëndrimit të produktit sa më gjatë në treg, studentët do të njoftohen me fazat jetësore të produktit – të cilat kanë role të ndryshme për plasimin dhe shitjen e produktit në tregun e synuar, në këtë ligjëratë do të ketë prezantime nga studentet. Rezultati i pritur nr. 2.
Java e shtatë	Strategjia e depërtimit të produktit në treg, Ne këtë ligjëratë studentët do të njoftohen me strategjinë që e përdorin ndërmarrjet për të depërtuar në treg me qëllim të realizimit të shitjeve sa më të mëdha të produktit që e prodhojnë-tregtojnë, do të ketë diskutime grupore për materialin e lëndës së përpunuar. Rezultati i pritur nr. 4. Parashihet të organizohet Testi i parë,
Java e tetë	Inteligjenca Artificiale dhe vendosja e çmimit, Studentet do të njoftohen ndikimin e Inteligjencës Artificiale në vendosjen e çmimit si një ndër aktivitetet kryesore të kompanisë për të qëndruar në treg, studentet do të njoftohen me çmimin, si definohet çmimi, sa është i rëndësishëm formimi i çmimit për ndërmarrjen e cila synon të mbizotërojë në tregun e synuar, gjatë ligjëratës do të ketë diskutime interaktive dhe prezantime të punimeve seminarike nga studentet. Rezultati i pritur nr. 5.
Java e nëntë	Çmimi përfshirja e kostos-llogaritja, Ne këtë ligjëratë studentet do të njoftohen me mënyrën e përlllogaritjes së çmimit duke përfshirë kostot e materialit përbërës në prodhimin e një produkti që determinojnë koston e tij, do të njoftohen me mënyrën e kalkulimit të kostos së një produkti që përcakton bazën për përlllogaritje të çmimit për treg, gjatë ligjëratës do të ketë diskutime grupore dhe prezantim

	te punimeve. Rezultati i pritur nr. 3.
Java e dhjetë	Strategjia e hartimit të çmimit, Kosto e produktit, Ne këtë ligjëratë studentet do të njoftohen me rendësin që ka strategjia e hartimit të çmimit e cila strategji determinon suksesin e kompanisë për të qëndruar sa më gjatë në treg, krahas metodave tjera të hartimit të çmimit studentët do të njoftohen me përdorimin e metodës Kosto e produkti për kalkulimin e çmimit kushtues në kompani. Rezultati i pritur nr. 3 dh 6.
Java e njëmbëdhjetë	Përlllogaritja e çmimit – Metodrat, Ne këtë ligjëratë studentet do të njoftohen me metodat që janë funksionale për përlllogaritjen e çmimit në një ndërmarrje, do të diskutohet për detyra që ndërlidhen me formimin e çmimit duke i angazhuar studentet në zgjidhjen e detyrave konkrete – sipas metodave për përlllogaritje të çmimit, gjatë ligjëratës do të ketë diskutim për aspekte praktike të kalkulimit të çmimit dhe vendosjen e produktit për shitje, do të ketë prezantim nga studentet te punimeve, Rezultati i pritur nr. 3.
Java e dymbëdhjetë	Produkti i ri dhe çmimi, Do të diskutohet për produktin dhe vendosjen e çmimit, si ndikon mënyra e përlllogaritjes së çmimit për plasimin me sukses të një produkti të ri në tregun e synuar, sa është me rëndësi puna profesionale e ekipes menaxhuese në një ndërmarrje për identifikimin e një çmimi të pranueshëm nga konsumatori duke ruajtur edhe interesin e ndërmarrjes, do të ketë diskutim interaktive me studentë, prezantim i punimeve seminarike nga studentet. Rezultati i pritur nr. 3 dhe 4,
Java e trembëdhjetë	Strategjia e shitjes dhe çmimi, Studentet do të njoftohen me strategjinë e krijimit të një çmimi që do të ndikonte në shitje të produktit, do të diskutohen modalitetet e formimit të çmimit dhe cili nga to do të jete me i miri – varësisht nga veprimtaria e ndërmarrjes, do të ketë diskutim grupor për aspektet praktike të vizitës që synohet të realizohet në një kompani me fokus implementimi praktik i vendosjes së çmimit dhe produktit, prezantim i punimeve studentore. Rezultati i pritur nr. 4 dhe 6.
Java e katërbëdhjetë	Ndryshimi i çmimit, Ndikimi i inflacionit në suksesin e biznesit (teme nga Punimi Shkencor) Ne këtë ligjëratë studentet do të njoftohen me implikimet që mund të sjell ndryshimi i çmimit për ndërmarrjen si entitet por edhe për konsumatorët e produktit që ofron një ndërmarrje në treg, si ndikon ndryshimi i çmimit të konkurrenca të shpërndarësit, të ndërmjetësuesit etj, do të ketë diskutime grupore dhe prezantim të punimeve seminarike të studenteve. Rezultati i pritur nr. 3 dhe 6,
Java e pesëmbëdhjetë	Shitja me pakice, Shitja me shumicë, Ne këtë ligjëratë do të diskutohet se si ndikon vendosja e çmimit në shitjen e produkteve dhe si formohen çmimet për shitje me pakice dhe me

	shumice, do te diskutojmë për format e shitjes me pakice dhe kush janë blerësit kryesor ne këto raste dhe po ashtu edhe për rastet e shitjeve me shumice, do te ketë diskutime interaktive për materialin e lëndës se përpunuar – parashihet organizimi i Testit te dytë. Rezultati i pritur nr. 6, Parashihet te organizohet Testi i dytë,
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.	