

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Arkitektures, Dizajnit dhe Teknologjisë së Drurit
Titulli i lëndës:	Marketingu
Niveli:	Bachelor
Statusi i lëndës:	Obligative
Viti i studimeve:	1
Numri orëve në javë:	4
Vlera në kredi:	6
Koha / lokacioni:	USHAF
Mësimdhënësi i lëndës:	Afrim Loku, PhD
Detajet kontaktuese:	afrim.loku@ushaf.net
Përshkrimi i lëndës	
	Përshkrimi fokusohet te aspektet teorike me raste studimi për Marketingun, fokus i lëndës: Kuptimi i konceptit të marketingut, Zhvillimi historik i marketingut, Koncepti i shitjes me marketing, Tërheqja dhe mbajtja e konsumatorëve, Marketingu dhe zhvillimi ekonomik, Marketingu dhe klienti, Nivelet e marketingut, Menaxhimi i marketingut, Mjedisi afarist dhe marketingu, Strategjia e marketingut dhe analiza SËOT, Analiza e konkurrencës, Misioni i kompanisë dhe marketing, Marketingu dhe tregu i synuar, Kontrolli i marketingut, Segmentimi i tregut dhe marketingu,
Qëllimet e lëndës:	Studentët ëe njoftohen me kuptimin e Marketingut si proces që ka ndikim në lidhjen e kompanis me tregun, me rëndësin e Marketingut për zgjerimin e afarizimit të kompanisë, të njoftohen me parimet e Marketingut (4P), me rolin e Marketingut në hulumtimin, kërkimin dhe studimin e tregut, të njoftohen me konceptin e Marketingut si proces.
Rezultatet e pritura të nxënies:	Pas përfundimit të kësaj lënde studentët do të fitojnë: Njohurit: <ul style="list-style-type: none"> • Njohuri per konceptin baze te marketingut, • Njohje per rendesin e marketingut per afarizmin e ndermarrjes, • Dituri per te shfrytëzuar marketingun ne dobi te ndermarrjes, Aftësitë & Shkathtësitë: <ul style="list-style-type: none"> • Aftësi që rolin e marketingut ta vejë në funksion të kompanisë, • Funksionalizoj shkathtësit e fituara duke qenë pjesë e ekipës së marketingut,

	<ul style="list-style-type: none"> Aplikoj njohurit ne funksion te ndërlidhjes se kompanis me tregun, <p>Kompetencat:</p> <ul style="list-style-type: none"> kompetent për të dhënë ide për mënyrën e realizimit të marketingut ne kompani,. Kompetenca bazike për te qene mbikqyres i nje sektori te marketingut ne kompani. Kompetenca bazike për te organizuar punen e marketingut ne kompani.
--	--

**Kontributi në ngarkesën e studentit
(gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënimit të studentit)**

Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	4	15	60
Ushtrimet teorike laboratorike			
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësit - konsultimet	1	5	5
Ushtrime në terren			
Kollokiume - seminare	1	2	2
Detyra të shtëpisë	2	10	20
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)			50
Përgatitja përfundimtare në provim	1	2	2
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	3	2	6
Projektet, prezantimet etj			
Totali			145

Metodologjia e mësimdhënies (dhe mësimnxënies)	Orientimi ne shtjellimin e materialit duke mare raste studimi te cilat do te diskutohen ne grup, mësimi duke u bazuar ne një problem te paraqitur, angazhim për studentin për te prezantuar njohurit e fituara gjate ligjërates.
Metodat e vlerësimit (kriteret e kalueshmërisë)	Metoda e vlerësimit: 45 % - Testi 1, 45 % - Testi 2, 10 % - Pjesëmarrja dhe angazhimi , 90 % - Provimi përfundimtar,
Mjetet e konkretizimit - TI	Përdorimi i tabelës, Interneti, wireless, kompjuteri, projektori, Power point, etj.
Raporti ndërmjet pjesës teorike dhe praktike të studimit	75% 25%

Literatura	
Literatura bazë	1. Prof. Dr. Ramiz Livoreka „Kërkime Marketingu“ Prishtinë, 2011,
Literatura shtesë	2. Philip Kotler, Gary Armstrong: “Principles of Marketing” Botimi i 15- të, 2016, 3. Prof. Dr. Ali Jakupi, Bazat e marketingut, Prishtine, 2008, 3. David Jobber & John Fahy, Foundations of marketing, 2006, 4. R. Kerin, E. Berkowitz, S. Hartley & W. Rudelius, (2003), Marketing, 7th edition, Irwin/McGraw-Hill 5. Michael R. Solomon, Marketing: Real People, Real Choices (5th ed.), Pearson, 2006.
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
<i>Java e parë</i>	<i>Prezantimi – njoftimi i studenteve me syllabusin e lëndës, Kuptimi i konceptit të marketingut</i>
<i>Java e dytë</i>	<i>Zhvillimi historik i marketingut, Koncepti i shitjes me marketing,</i>
<i>Java e tretë</i>	<i>Tërheqja dhe mbajtja e konsumatorëve,</i>
<i>Java e katërt</i>	<i>Marketingu dhe zhvillimi ekonomik,</i>
<i>Java e pestë</i>	<i>Marketingu dhe klienti,</i>
<i>Java e gjashtë</i>	<i>Nivelet e marketingut,</i>
<i>Java e shtatë</i>	<i>Diskutime interaktive për materialin e lëndës - Testi i parë,</i>
<i>Java e tetë</i>	<i>Menaxhimi i marketingut,</i>
<i>Java e nëntë</i>	<i>Mjedisi afarist dhe marketingu,</i>
<i>Java e dhjetë</i>	<i>Strategjia e marketingut dhe analiza SWOT,</i>
<i>Java e njëmbëdhjetë</i>	<i>Analiza e konkurrencës,</i>
<i>Java e dymbëdhjetë</i>	<i>Misioni i kompanisë dhe marketing,</i>
<i>Java e trembëdhjetë</i>	<i>Marketingu dhe tregu i synuar, Kontrolli i marketingut,</i>
<i>Java e katërbëdhjetë</i>	<i>Segmentimi i tregut dhe marketingu,</i>
<i>Java e pesëmbëdhjetë</i>	<i>Diskutime interaktive për materialin e lëndës - Testi i dytë,</i>
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:	
<i>Vijueshmëria e rregullt, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në dialog gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.</i>	