

## SYLLABUS

<b>Të dhëna bazike të lëndës</b>			
<b>Njësia akademike:</b>	<b>Fakulteti i Turizmit dhe Ambientit</b>		
<b>Titulli i lëndës:</b>	<b>Inovacionet dhe zhvillimi i produkteve te reja</b>		
<b>Niveli:</b>	<b>Bachelor</b>		
<b>Statusi lëndës:</b>	<b>Zgjedhore</b>		
<b>Viti i studimeve:</b>	<b>III</b>		
<b>Numri i orëve në javë:</b>	<b>4</b>		
<b>Vlera në kredi – ECTS:</b>	<b>5</b>		
<b>Koha / lokacioni:</b>			
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	<b>Prof. asistent. dr. Aberta Tahiri</b>		
<b>Detajet kontaktuese:</b>	<b>Alberta.Tahiri@ushaf.net</b>		
<b>Përshkrimi i lëndës</b>			
	<i>Lënda është e dizajnuar që të pajisë studentët me njohuri për risit në procesin e teknologjisë, inovacionit në ndërmarrje, risi në kërkimin shkencor, zhvillimin e biznesit të ri, ekzistenca e biznesit dhe krijimi i tregut të shitësit.</i>		
<b>Qëllimet e lëndës:</b>			
	<i>Objektivi kryesor i kësaj lënde është që studenti të mësojë për konceptin e inovacionit dhe rëndësinë e tij në organizatë duke përfshirë menaxhimin e procesit.</i>		
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>			
	<i>Pas përfundimit të suksesshëm të kësaj lënde, studentët do të jenë në gjendje të:</i>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>dijne llojet kryesore të koncepteve dhe njohurive.</i></li> <li>• <i>njohin aplikimin e transformimit të ideve në risi</i></li> <li>• <i>demonstrojnë njohjen e ndërlidhjet në mes të inovacionit dhe sipërmarrjes krijuese</i></li> <li>• <i>kuptojnë rëndësinë e mjedisit të biznesit për risi</i></li> </ul>		
<b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënies të studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
Ligjërata dhe ushtrime	4	15	60
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	1	1
Ushtrime në terren			
Kollokfiume, seminare			
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	15	45
Përgatitja përfundimtare për provim	3	6	18
Koha e kaluar në vlerësim (teste,	2		2

kuize, provim final)			
Projektet, prezantimet ,etj.			
<b>Totali</b>			<b>126</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>			
	<i>Ky kurs organizohet nëpërmjet të ligjëratave, punës në grupe të studentëve, pjesëmarrjes aktive në diskutime e, diskutim i rasteve studimore.</i>		
<b>Metodat e vlerësimit:</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vlerësimi i parë: 0-35%</li> <li>- Vlerësimi i dytë 0-35%</li> <li>- Ushtrimet, seminarët 0-30%</li> <li>- Provimi perfundimtar 100%</li> </ul> <p><i>Provimi final i vlerësuar me 100% të notës. Provimi përbëhet prej pyetjeve me përgjigje të mundshme, pyetje të hapura, dhe një rast të studimit.</i></p>		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Roger D.Blackwell, Paul W. Miniard, James F.Engel – Consumer Behavior, 2006</li> <li>2. R. Kerin, E. Berkowitz, S. Hartley &amp; W. Rudelius,(2003), Marketing, 7th edition, Irwin/McGraw-Hill.</li> <li>3. The Innovator's Dilemma, Clayton M. Christensen, Clayton Christensen, HarperCollins Publishers,2003</li> </ol>		
<b>Literatura shtesë:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. K. Gorica, Kocolari N. (2002) Produkti turistik, Tirane</li> </ol>		
<b>Plani i dizajnuar i mësim:</b>			
<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>		
<b>Java e parë:</b>	<i>Kuptimi i turizmit dhe i Produktit turistik.</i>		
<b>Java e dytë:</b>	<i>Produkti turistik</i> <i>Kategorizimi i produkteve turistike.</i> <i>Produkti i turizmit në hapësirë-e të Caktuar.</i>		
<b>Java e tretë:</b>	<i>Turizmi Urban dhe produkti turistik dhe hotelier.</i> <i>Furnizimi i turizmit urban.</i> <i>Të tërhequr nga qytetet.</i> <i>Infrastruktura turizmit urban.</i>		
<b>Java e katërt:</b>	<i>Produktet turistike dhe hoteliere në turizmin rural.</i> <i>Turizmi rural - interpretimet e turizmit rural.</i> <i>Sistemi organizativ i turizmit fshatar.</i> <i>Argëtime dhe furnizimi i turizmit rural.</i> <i>Tërheqjet në turizmin rural.</i> <i>Sistemi i kualifikimit.</i>		

	<i>Karakteristikat e kërkesës në turizmin rural.</i>
<b>Java e pestë:</b>	<i>Produkti turistik dhe hotelier në turizmin shëndetësor Turizmi shëndetësor. Ambientet sociale. Mjedisi natyror. Mjedisi teknologjik. Mjedisi politik. Bashkëpunimi me produkte të tjera, Praktika e zhvillimit të produktit. Veçoritë kërkimore të turizmit shëndetësor. Formimi i çmimit të produktit turistik.</i>
<b>Java e gjashtë:</b>	<i>TESTI I</i>
<b>Java e shtatë:</b>	<i>Turizmi kulturor - produkti turistik dhe hotelier.</i>
<b>Java e tetë:</b>	<i>Turizmi aktiv dhe produkti turistik dhe hotelier Përkufizimi dhe elementet historike të turizmit aktiv. Infrastruktura turizmit. Motivimet turistëve, sfondi socio-kulturor, sjellje turistike, zakonet e udhëtimit. Turizëm aktiv në Kosovë. Zhvillimi i produkteve, praktika e zhvillimit të produktit. Produktet aktive të turizmit të përzgjedhura nga rajonet.</i>
<b>Java e nëntë:</b>	<i>Ekoturizmi dhe zhvillimi i produktit turistik dhe hotelier. Koncepti dhe historia e ekoturizmit. Elementet e furnizimit. Argëtimi. Infrastruktura e ekoturizmit në Kosovë.</i>
<b>Java e dhjetë:</b>	<i>Produkti turistik në turizmin e verës dhe gastronomisë.</i>
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	<i>Parqet argëtuese si pjesë e produktit turistik. Historia e Turizmit e këtij produkti.</i>
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	<i>Testi II</i>
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	<i>Turizmi - mbledhjet, konferencat, simpoziumet. Karakteristikat e kërkesës. Funksionimi i tregut , llojet e turizmit dhe udhëtimet e biznesit. Turizmi konferencave. Ekspozitat.</i>
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	<i>Tregtimi i produktit turistik: Shitja e produktit turistik. Përshkrimi i procesit të shitjes. Procesi i shitjes së produktit turistik. Drejtimi, organizimi dhe kontrolli i procesit të shitjes. Shpërndarja e produktit turistik.</i>

	<i>Organizimi i shpërndarjes së produktit turistik.</i>
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	<i>Prezantimi i projekteve grupore</i>

<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>
<i>Vijueshmëria e rregullt, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në dialog gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.</i>