

## 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>Menaxhimi dhe Teknikat e Shitjes</b>
<b>Niveli:</b>	<b>Bachelor</b>
<b>Statusi lëndës:</b>	<b>Obligative</b>
<b>Viti i studimeve:</b>	<b>III</b>
<b>Numri i orëve në javë:</b>	<b>3</b>
<b>Vlera në kredi - ECTS:</b>	<b>5</b>
<b>Koha / lokacioni:</b>	
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	<b>Prof. Ass. Dr. Idriz Kovaçi</b>
<b>Detajet kontaktuese:</b>	<a href="mailto:idriz.kovaci@ushaf.net">idriz.kovaci@ushaf.net</a>
<b>Përshkrimi i lëndës:</b>	
	Lënda do të mbështetet kryesisht në praktikat më të mira të menaxhimit, teknikave të shitjes dhe eksplorimit të tregut në kohën e sotme moderne, me praninë e një numri të madh të akterëve në tregun lokal, kombëtar, ndërkombëtar dhe global, dhe me konkurrencën e cila është çdoherë në rritje.
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	
	<p>Qëllimi i lëndës është njohja e studentëve me bazat e menaxhimit si fenomen bashkëkohor shoqëror dhe ekonomik, si dhe detyrat bazë të menaxhmentit në ekonomi.</p> <p>Për ta kuptuar menaxhimin dhe funksionimin e tij si sistem, programi mësimor i lëndës është i fokusuar në analizën dhe kuptimin e shprehjeve, dukurive, faktorëve dhe aktiviteteve të cilat lidhen drejtëpërdrejtë apo në mënyrë indirekte me katër funksionet bazë të menaxhimit, të cilat janë: planifikimi, organizimi, udhëheqje dhe kontrolli.</p> <p>Përvetësimi i këtij programi mësimor, iu mundëson studentëve të përfitojnë në ngritjen e aftësive të tyre lidhur me teknikat e shitjes.</p>
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	
	<p>Në përfundim të kësaj lënde studentët do të jenë në gjendje që:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Të kuptojnë parimet themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon menaxhimi, mënyrën bashkëkohore të menaxhimit dhe teknikat e shitjes;</li> <li>▪ Të përgatiten për mjedise të ndryshme</li> <li>▪ shitjesh si shitje me pakicë, shitje ballë për ballë, shitje të sofistikuar biznes - biznes;</li> <li>▪ Të zhvillojnë shkathtësi të ndryshme si: shkathtësitë e komunikimit dhe prezantimit, shkathtësitë e punës në ekip dhe shkathtësitë e të shkruarit;</li> <li>▪ Të jenë të gatshëm të bëjnë analiza të ndryshme të tregut.</li> </ul>

<b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	2	1	2
Ushtrime në teren	2	2	4
Kollokfiume,seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	15	45
Përgaditja përfundimtare për provim	5	4	20
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz, provim final)	2	1	2
Projektet,prezentimet ,etj	3	1	3
<b>Totali</b>			<b>125</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	Ligjërata dhe ushtrime të kombinuara me raste te studimit dhe diskutime në klasë.		
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	Kolokviumi i parë: 0-30% Kolokviumi i dytë: 0-30% Ushtrimet, seminarët: 0-20% Hulumtimet shkencore: 0-10% Interaktiviteti: 0-10% Provimi përfundimtar: 100%  Provimi final është vlerësuar me 100% të notës. Provimi përbëhet prej pyetjeve me përgjigje të mundshme, pyetjeve të hapura, dhe një rast të studimit.		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prof. Dr. Ramiz Livoreka, “Kërkime Marketingu” Prishtinë, 2011.</li> <li>▪ Prof. Dr. Berim Ramosaj, “Bazat e Menaxhimit”, Prishtinë, 2013.</li> </ul>		
<b>Literatura shtesë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prof. Ass. Dr. Idriz Kovaçi, “Menaxhimi dhe Teknikat e Shitjes, 2020.</li> <li>▪ Vjollca Mullatahiri, “Aftësitë dhe teknikat e shitjes”, 2015.</li> <li>▪ Stephen Robbins &amp; Mary Coulter, “Management”, New York, 2018.</li> <li>▪ Samuel Certo &amp; Trevis Certo, “Modern</li> </ul>		

**Plani i dizajnuar i mësimit:**

<b>Java</b>	<b>Ligjerata që do të zhvillohet</b>
<b>Java e parë:</b>	Prezentimi i syllabusit Njohuri të përgjithshme mbi menaxhimin
<b>Java e dytë:</b>	Planifikimi
<b>Java e tretë:</b>	Organizimi
<b>Java e katërt:</b>	Udhëheqja (Lidershipi)
<b>Java e pestë:</b>	Kontrolli
<b>Java e gjashtë:</b>	Kuptimi i shitjeve si pjesë e lëmisë së marketingut
<b>Java e shtatë:</b>	Kollokviumi I
<b>Java e tetë:</b>	Tregjet e konsumit dhe sjellja blerëse e konsumatorit
<b>Java e nëntë:</b>	Tregu: segmentimi dhe targetimi
<b>Java e dhjetë:</b>	Zhvillimi dhe menaxhimi i produkteve dhe shërbimeve për konsumatorët
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	Teknikat e shitjes dhe vlerësimi i performancës së shitësve
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	Menaxhimi i shitjeve
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	Personeli i shitjes: karakteristikat, rolet, funksionet dhe rëndësia
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	Tregu global: tregtimi pa kufijë
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	Kollokviumi II

**Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:**

Vijueshmëria e rregullt, mbajtja e qetësisë dhe angazhimi aktiv në dialog gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve është e obligueshme.