



Kolegji Riinvest

Zyra për planifikim akademik

Marketing EKB0018

Data e aprovimit:	Data
Verzioni:	Verzion
ECTS:	6
Bartësi i lëndës:	Edona Kurtolli-Alija
Email:	edona.kurtolli@riinvest.net
Telefoni:	038224322

Hyrje:

Ky kurs ofron një qasje me përvojë të bazuar në teorinë e marketingut dhe zbatimit të saj praktik. Temat që do të adresohen dhe diskutohen nga pika e aplikimit përfshijnë: zhvillimin e marketingut, rëndësinë dhe përdorimin e hulumtimit të marketingut, segmentimit të marketingut, dhe pozicionimi i produktit ose shërbimit, shpërndarja, çmimi dhe një shumëllojshmëri të strategjive për komunikim dhe promovim të marketingut.

Qëllimet

Kjo lëndë është dizajnuar që të jetë një hyrje në konceptin e gjerë të marketingut për menaxher të ardhshëm. Studentët do të bëjnë progres përmes temave të përgjithshme funksioneve të biznesit, mjedisit të biznesit, planifikimit të tregut, informacionit dhe të segmentimit, sjellja e konsumatorit, etika e marketingut, dhe strategjia e marketingut. Përveç kësaj, me studentët do të diskutohet koncepti i marketingut nga "përvojat" e konsumatorëve.

Rezultatet e pritura të lëndës

- Të kuptojë dhe të demonstrojë njohuri rreth koncepteve themelor dhe praktikave e funksionimit të marketingut
- Të përshkruaj procesin e marketingut dhe ta kupton atë si një proces dinamik
- Të vlerësojë burimet e të dhënave dhe metodat të cilat janë përdorur për ti mbledhur ato të dhëna
- Të përshkruajë elementet e marketing miksit dhe të jetë në gjendje të komunikoj informatat dhe argumentet me efikasitet, kryesisht në formë të shkruar.

Programi

Java	Tema	Aktivitetet
1	Kuptimi i marketingut.	Ligjeratë + Ushtrimet me diskutime nga ana e studentëve në lidhje me qasjen teorike dhe në jetën praktike që njihet rreth marketingut.
~	Segmentimi i	Lidhjetat hvrëse + ushtrimet me rast studimorë që vazhdon edhe me

2	Tregut.	detyrë shtëpije.
3	Kërkimet e Tregut.	Ligjeratë + Ushtrime – dizajnimi në grupe i pyetësorëve për hulumtime të tregut, vazhdim detyre shtëpije.
4	Produkti.	Ligjeratë me video prezentim në klasë – Ushtrime zgjerim teoriko-praktik i njohurive në lidhje me produktin.
5	Markimi i produktit.	Video hyrëse në lidhje me markat, nga folës kyq botërorë në lidhje me markimin. Gjatë ushtrimit studentët duhet të vijnë deri te ideja e përcaktimit të emrit për ndonjë produkt/shërbim.
6	Cikli i jetës së produktit.	Ligjeratë dhe video e shkurtër. Ushtrime duke studiuar sektore të ndryshme në lidhje me ciklin jetësorë të produktit.
7	Koncepti i produktit të ri.	Video hyrëse në lidhje me inovacionet. Ushtrime në grupe në procesin e gjenerimit të ideve për produkte të reja.
8	KOLLOKFIUMI	KOLLOKFIUMI
9	Cmimi.	Ligjeratë + Ushtrime analizë sektoriale nga pikëpamja e cmimeve.
11	Distribucioni.	Ligjerate + Ushtrime diskutim praktik në lidhje me kompanitë distribuese në Kosovë.
12	Promocioni.	Ligjeratë + ushtrime me diskutim të rasteve lokale dhe botërore të storjeve të suksesit në lidhje me promocionin efektiv.
13	Ligjërues i jashtëm (guest)	Nga kompani lokale.
14	Kollokfiumi II-te	
15	Prezantimi Punimeve	

Informata shesë 1:

Mund te perdoret interneti dhe burimet tjera elektronike gjate ligjërimit. Gjatë ushtrimeve do të shpërndahen fletë ushtrime të ndryshme. Po ashtu kërkohet nga studentët që të jenë aktivë në klasë dhe në bërjen e detyrave.

Vlerësimi:

Nr.	Lloji Vleresimit	Perqindja	Pershkrimi
1	Kolokvium	35	Test (midterm) me përfshirje të gjysmës së parë të materialit.
2	Kolokvium	35	Test (midterm) me përfshirje të gjysmës së dytë të materialit.
3	Detyra	20	Plan Marketingu
4	Prezentim	10	Studim Rasti

Kushtet e përsëritjes:

Sipas rregullores së Kolegjit Riinvest, studentët obligohen të kalojnë me sukses lëndën brenda 3 afateve të nënshtruara të provimit. Nëse studentët nuk i nënshtrihen provimit të lëndës së caktuar në afatin e dhënë, atëherë llogaritet se kanë shpenzuar afatin dhe mundësinë brenda vitit akademik. Nëse pas 3 mundësive për nënshtrim të provimit brenda një viti akademik, studentët nuk kalojnë lëndën, atëherë ata obligohen të e përsërisin sërish lëndën në vitin vijues akademik. Nëse studentët nuk arrijnë që ta kalojnë lëndën në mundësin e parë në fund të ligjëratave, atëherë vlerësimet e mëhershme (detyrat, vlerësimet e kolokviumeve) gjatë ligjëratave ju ruhen deri në afatin e tretë pra afatin shtatorit.

Burimet:

- Reshidi Nail dhe Ceku Bardhyl (2008) Marketingu. Prishtine Shtesa: Philip Kotler dhe Gary Armstrong (2010) Parimet e Marketingut. UET Press. Tirane. Marketing.com Marketing.org JM.org Academy of Marketing Journal of consumer research apple.com pg.com

Ndërtimi i ECTS-ve

Aktiviteti	Nr i oreve per Aktivitetin	
Ligjerata:	30	
Ushtrime:	15	
L+U:	45	
Seminar/praktike.:	1	
Studim i vazhdushem:	65	
Pregaditja e Provimit:	36	
Pjesemarrja ne teste:	2	
Pjesemarrja ne provimin final:	1	
Me profesorin dhe asistentin:	0	
Total Ore:	150	
ECTS:	6	