



Kolegji Riinvest

Zyra për planifikim akademik

Sjellja e Konsumatorëve dhe Marrëdhëniet me Klient EKB0037

Bartësi i lëndës:	Uragan Alija
Email:	uragan.alija@riinvest.net
Telefoni:	
Mësimdhënësit e Lëndës:	Allmedina Hoxha

Hyrje

Qasjet bashkëkohore në biznes theksojnë rëndësinë e zhvillimit të strategjisë së kompanisë me theks në konsumatorin dhe duke marrë përbazë perspektivën e tij. Marketingu, në veçanti, fillon dhe mbaron me konsumatorin, e që nënkupton përcaktimin dhe parashikimin e nevojave të konsumit për të siguruar kënaqësinë dhe përvojën më të mirë të konsumatorëve. Në epokën tonë, ciklet jetësore të produktit janë më të shkurtra, segmentet e tregut janë më të vogla e që shkojnë edhe deri në personifikim, ndërsa konkurrenca është më e fortë se kurrë. Kjo lëndë do të përfshijë tri komponentë të rëndësishme në lidhje me të kuptuarin e konsumatorit, përshtatjen e procesit të shitjes dhe përcjelljen e mëtutjeshme të konsumatorit duke u fokusuar në ndërtimin e marrëdhënies afatgjatë të bazuar në partneritet.

Qëllimet

Në fund të këtij moduli, studentët do të kenë përfituar dhe personalizuar më shumë njohuri mbi teoritë dhe praktikën e sjelljes konsumatorë, sistemeve të shitjes dhe të marrëdhënies me konsumatorë.

Rezultatet e pritura të lëndës

- Kuptojnë dhe përdorin shprehjet, definicionet dhe konceptet kryesore që përdoren në studimin e sjelljes konsumatorë dhe për të zhvilluar strategji më të mira marketingu për të influencuar ato sjellje
- Vlerësojnë në mënyrë kritike efektshmërinë e reklamave dhe promocioneve dhe përpjekjet e tyre për të influencuar sjelljet e individëve
- Kuptojnë proceset dhe elementet e përfshira në shitjen e bazuar në marrëdhënie dhe rëndësinë për një organizatë që të jetë e përqendruar në konsumatorin.
- Identifikojnë elementet kryesore në procesin e realizimit të shitjeve nga kontakti i parë me konsumatorin, deri tek përmbyllja e shitjes dhe përcjellja e mëtutjeshme
- Demonstrjnë një kuptim të karakteristikave të prezantimit të shitjes.
- Kuptojnë modelin e performancës së shitësit dhe të identifikojë komponentët e ndryshëm të cilët përbëjnë një model të shitjes dhe menaxhimit të shitjeve.
- Demonstrjnë një kuptim të çështjeve kyçe që përbëjnë rekrutimin dhe përzgjedhjen e shitësit dhe të identifikojnë çështjet kyçe në trajnimin e shitjeve, kompensimin dhe stimulimin dhe vlerësimin e performancës.

Analizojnë rëndësinë e përdorimit të informacionit për të kuptuar blerësit dhe shitësit dhe se si

- sistemi i CRM/CEM shërben për të ndihmuar shitësit për të menaxhuar informacionin.
- Zhvillojnë programe të menaxhimi të marrëdhënieve me konsumatorin.

Programi

Java	Tema	Aktivitetet
1	Hyrje në lëndën sjellje konsumatorë, shitje dhe marrëdhëniet me klientë	
2	Çka do të thotë sjellje konsumatorë	
3	Motivimi, personaliteti dhe vlerat	
4	Vendimmarrja konsumatore	
5	Ana tjetër e sjelljes konsumatore	
6	Prezantim i punimit I	
7	Ndërtimi i vlerës, çështjet etike dhe ligjore	
8	Procesi i shitjes I	
9	Procesi i shitjes II	
10	Aftësitë e përgjithshme të cilat secili shitës duhet ti ketë	
11	Mirëmbajtja e marrëdhënieve me klientë	
12	Menaxhimi i performancës	
13	Prezantim i punimit II	
14	Provimi final	

Informata shtesë 1:

Ligjërata do të ketë afërsisht gjatë 50% të kohës, seminare 20%, raste studimi 20% dhe zgjidhje problemesh dhe diskutime në 10% të kohës.

Informata shtesë 2:

Ligjëratë në klasë, projektor dhe platforma e e-learning.

Vlerësimi:

Nr.	Lloji	Përqindja	Oblig.	Përshkrimi
1	Detyra	20		Punimi 1
2	Detyra	20		Punimi 2
3	Pjesëmarrja	10		Pjesëmarrja aktive
4	Provimi Final	50		Provimi final

Kushtet e përsëritjes:

Për studentët të cilët nuk kanë sukses në afatin e parë të provimit, për provimin e radhës, dorëzimi i punimit final është i domosdoshëm dhe kërkohet si kusht për të hyrë në provim. Pësia e provimit është 70%, ndërsa e punimit 30%. Sipas rregullores së Kolegjit Riinvest, studentët obligohen të kalojnë me sukses lëndën brenda 3 afateve të provimit. Nëse studentët nuk i nënshtrohen provimit në afatin e dhënë, atëherë llogaritet se kanë shpenzuar afatin dhe mundësinë brenda vitit akademik. Nëse pas 3 mundësive për nënshttrim 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 mundësinë e parë në fund të ligjëratave, atëherë vlerësimet e mëhershme (detyrat, vlerësimet e kollokviumeve, punimeve) gjatë ligjëratave ju ruhen deri në afatin e tretë pra afatin shtatorit.

Burimet:

- 1. Ligjëratat e autorizuara nga ligjëruesi i lëndës dhe materiale të përzgjedhura për lexim 2. Doracaku për Shitje dhe Menaxhim të Shitjeve i përgatitur nga ligjëruesi 3. Semiha Loca “Sjellja Konsumatore” 4. Solomon, G. Bamossy, S. Askegaard, M. Hogg “Consumer Behavior: A European Perspective” 5. Artan Xh. Duka “Sjellja Konsumatore” 6. Michael R. Solomon “Consumer Behavior, BUYING, HAVING AND BEING” 7. Influence, fifth edition, Robert Cialdini 8. Nudge, revised and expanded edition, Richard Thaler and Cass Sunstein 9. Johnston, Mark W and Greg W Marshall (2013), Contemporary Selling: Building Relationships, Creating Value - 4th edition. 10. Selling 101: What every successful sales professional needs to know, Zig Ziglar, 1991 11. The One Minute Sales Person, Spenser Johnson, 1984 12. Blink, Malcolm Gladwell 13. The Top Ten Best Selling Tips of all Time, John Westman, 2013 14. Faqja e uebit www.bookboon.com Disa artikuj të lezeçëm për lexim: A MUST READ: G. Clotaire Rapaille: Leveraging the Psychology of the Salesperson David Mayer and Herbert M. Greenberg: What Makes a Good Salesman OTHER A MUST READ: Kahneman: Thinking Fast and Slow Heath and Heath: Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die Belsky and Gilovich: Why Smart People Make Big Money Mistakes Underhill: Why We Buy Zaltman: How Customers Think

Ndërtimi i ECTS-ve

Aktiviteti	Nr i oreve per Aktivitetin	
Ligjerata:	30	
Ushtrime:	15	
L+U:	45	
Seminar/praktike.:	35	
Studim i vazhdushem:	110	
Pregaditja e Provimit:	30	
Pjesemarrja ne teste:	0	
Pjesemarrja ne provimin final:	2	
Me profesorin dhe asistentin:	4	
Total Ore:	226	
ECTS:	9	