

## Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës			
<b>Njësia akademike:</b>	Fakulteti Ekonomik		
<b>Titulli i lëndës:</b>	Promocioni		
<b>Niveli:</b>	Bachelor		
<b>Statusi lëndës:</b>	Obligative		
<b>Viti i studimeve:</b>	III		
<b>Numri i orëve në javë:</b>	2+1		
<b>Vlera në kredi – ECTS:</b>	4		
<b>Koha / lokacioni:</b>	Percaktohet nga Dekanati		
<b>Mësimdhënësi:</b>	Prof. Asst. Saranda Kajtazi		
<b>Detajet kontaktuese:</b>	saranda.kajtazi@uni-pr.edu		
<b>Përshkrimi i lëndës</b>			
	Kjo lëndë studion format e komunikimit te ndermarrjeve me konsumatore. Marketingu nuk do të ishte plotësisht efektiv pa promovime, megjithatë, ata të dy shërbejnë për qëllime të ndryshme. Me pak fjalë, marketingu fokusohet në rritjen e ndërgjegjësimit për një produkt dhe vënien e tij përpara klientëve të mundshëm. Promovimet janë hapi i fundit i marketingut - ato ofrojnë nxitjen e nevojshme për t'i kthyer vizitorët në blerës. Në përgjithësi, marketingu kundër promovimit ka të bëjë me ndërgjegjësimin kundër konvertimit.		
<b>Qëllimet e lëndës</b>			
	Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohurit themelore nga Promovioni – SIK		
<b>Rezultatet e pritura të nxënies</b>			
	Mësimi i lëndës Promocioni - SIK, studentëve do t'ju mundesoje qe te: <ul style="list-style-type: none"> <li>•Kuptojne noicionin dhe Karkateristikat e SIK,</li> <li>•Studiojne Promocionin–instrument te marketing miksit,</li> <li>•Perdorin qasajen integrale te Formave kryesore te Promocionit,</li> <li>•Kuptojne rolin dhe rendesine e Promocionit ne Afarizmin e ndermarrjes,</li> <li>•Planifikojne procesin e promocionit,</li> <li>•Shfrytezojne strategjite e e promocionit;</li> <li>•Te zbatojne metodat per formimin e buxhetit te promocionit dhe</li> <li>•Te bejne vleresimin e efekteve komunikuese dhe shitese te promocionit.</li> </ul>		
Kontributi në ngarkesën e studentit			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	2	13	26
Ushtrime	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/ konsultimet	1	15	15
Ushtrime në teren			
Kollokviume	2	2	4

Koha e studimit vetanak të studentit	1	15	15
Përgaditja përfundimtare për provim	1	15	15
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	1	5	5
Projekte, prezantime	1	5	5
<b>Totali</b>			<b>100</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies</b>	Çdo javë organizohen 2 orë leksione dhe 1 orë seminare/diskutime. Rastet studimore dhe detyrat e shtëpisë jepen pas çdo leksioni që studentët të studiojnë dhe hulumtojnë në kohën e tyre. Rezultatet nga aktivitete të tilla diskutohen më pas në javën në vijim. Më pas diskutohen esetë e përgatitura nga nxënësit. Prezantimet individuale dhe në grup inkurajohen gjithashtu.		
<b>Metodat e vlerësimit</b>	<p><i>Vlerësimi i dijeve dhe aftësive të fituara bëhet përmes: Vijueshmëri, 10%</i></p> <p><i>Aktivitetit dhe punimi seminarik: 20%</i></p> <p><i>Kolokfiumi i pare: 35%</i></p> <p><i>Kolokfiumi i dyte: 35%</i></p> <p><i>Gjithsejt: 100%</i></p> <p><i>Vlerësimi i provimit përfundimtar, që vlerësohet me 55% të suksesit, me një sistem të ndërtimit të mëtejshëm të notës përfundimtare me kriteret tjera të lartë theksuara.</i></p>		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë:</b>	-Philip Kotler: Marketing Menagment, 2006 ( Pjesa e promociionit) - Nail Reshidi : Promocioni, Prishtinë, 1996		
<b>Literatura shtesë:</b>	George e. Blech: Advertising and promotion – An integrated Marketing Communications perspective, 2006		
<b>Plani i dizajnuar i mësim</b>			
<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>		
<i>Java e I-rë:</i>	<i>Syllabusi-Prezantimi i lendes</i>		
<i>Java e II-të:</i>	<i>Promocioni – instrument i MM –it</i>		
<i>Java e III-të:</i>	<i>Strategjite dhe planifikimi i procesit te promociionit</i>		
<i>Java e IV-të:</i>	<i>Komunikimi i vleres se klientit, Strategjite e KIM-Promocionit</i>		
<i>Java e V-të:</i>	<i>Hapat komunikimit te marketingut</i>		
<i>Java e VI-të:</i>	<i>Reklama dhe marredheniet me publikun</i>		
<i>Java e VII-të:</i>	<i>Perzgjedhja e medias per reklamen</i>		
<i>Java e VIII-të:</i>	<i>Kollokviumi I</i>		
<i>Java e IX-të:</i>	<i>Shitja individuale dhe promovimi i shitjes</i>		
<i>Java e X-të:</i>	<i>Procesi i shitjes individuale</i>		
<i>Java e XI-të:</i>	<i>Marketingu i drejteperdrejte</i>		
<i>Java e XII-të:</i>	<i>Marketingu Online</i>		
<i>Java e XIII-të:</i>	<i>Fjala e gojes</i>		
<i>Java e XIV-të:</i>	<i>Kollokviumi II</i>		

**Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:**

Pjesëmarrja në ligjëratave dhe ushtrime është e obligueshme. Studentët inkurajohen që gjithmonë të kërkojnë sqarime gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve. Mësimdhënësi do të jetë në dispozicion për sqarime shtesë dhe konsultime të studentëve. Studentët kanë për obligim që pas çdo ligjërate të lexojnë së paku literaturën që ju është caktuar dhe të kryejnë detyrat dhe esetë që do t'u jepen. Studentët nuk janë të obliguar të nënshtrohen vlerësimeve gjatë semestrit.

Studentët inkurajohen të përcjellin diskutimet në media dhe të hapin diskutime lidhur me to. Studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat studimore. Duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në ligjëratave.

Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e ID kartelës në teste dhe provim. Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studentit duhet t'i përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimdhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.