

Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti i Ekonomisë		
Titulli i lëndës:	Marketingu për kontabilistë		
Niveli:	Bachelor		
Statusi lëndës:	Zgjedhore		
Viti i studimeve:	I		
Numri i orëve në javë:	2+1		
Vlera në kredi – ECTS:	4		
Koha / lokacioni:	Percaktohet nga Dekanati		
Mësimdhënësi:	Prof. Asst. Saranda Kajtazi		
Detajet kontaktuese:	saranda.kajtazi@uni-pr.edu		
Përshkrimi i lëndës			
	Kursi Marketingu për kontabilistë ofron një pasqyrë të parimeve kryesore të marketingut në mënyrë që kontabilistët të arrijnë në treg. Gjithashtu diskutohen temat e mëposhtme: teoria e marketingut, rëndësia e marketingut, fushëveprimi i marketingut, orientimet e kontabilitetit të kompanisë drejt tregut, identifikimi i segmenteve dhe objektivave të tregut, cikli i jetës së shërbimeve, zhvillimi i çmimeve, vendi, strategjitë e promovimit dhe programet.		
Qëllimet e lëndës			
	Ky kurs synon të përgatisë studentët për të kuptuar më mirë funksionimin dhe rëndësinë e marketingut në profesionin e kontabilitetit.		
Rezultatet e pritura të nxënies			
	Pas përfundimit të këtij kursi, studentët pritet: 1. Për të kuptuar se si funksionon Tregu për shërbimet e ofruara nga kontabilistët, 2. Të kuptojë marrëdhënien ndërmjet klientëve fundorë të marketingut; 3. Të zhvillojë strategji dhe programe të çmimeve, vendeve, promovimeve.		
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			15
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)			5
Projekte, prezantime			5
Totali			100

Metodologjia e mësimdhënies	Çdo javë organizohen 2 orë ligjerata dhe 1 orë ushtrime. Rastet studimore dhe detyrat e shtëpisë jepen pas çdo ligjerate 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.
Metodat e vlerësimit	<i>Për të pasur një vlerësim të drejtë dhe të duhur të studentëve, nota përfundimtare përbëhet nga pikët që studentët kanë fituar në të gjitha aktivitetet gjatë gjithë semestrit në ligjerata, seminare, prezantime, ese, detyra etj. Këto llogariten si më poshtë:</i> 1. Vlerësimi i vazhdueshëm: Aktiviteti në klase, 5 % Aktivitetit dhe punimi seminarik : 15 % Kolokfiumi i pare: 40 % Kolokfiumi i dyte: 40 % Gjithsejt: 100% 2. Provimin final Testi 80% Aktiviteti dhe punimi seminarik gjate semestrit 20% Gjithsej 100%
Literatura	
Literatura bazë:	Nail Reshidi & Bardhyl Ceku: Marketingu, 2012 Ligjerata te autorizuar, 2024/25 Punime shkencore te publikuara 5 vitet e fundit
Literatura shtesë:	Philip Kotler: Marketing Menagment, 2010 Ali Jakupi : Marketing. 2005 Nail Reshidi*& Nexhmi Rexha: Marketingu. 2001
Plani i dizajnuar i mësimit	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
<i>Java e I-rë:</i>	Syllabusi, ligjerate udhezuese
<i>Java e II-të:</i>	Kuptimi i marketingut
<i>Java e III-të:</i>	Segemntimi i Tregut
<i>Java e IV-të:</i>	Variablat per segemntimin e tregut
<i>Java e V-të:</i>	Kerkimet e tregut
<i>Java e VI-të:</i>	Politika e produktit
<i>Java e VII-të:</i>	Testi i pare
<i>Java e VIII-të:</i>	Politika e cmimeve
<i>Java e IX-të:</i>	Hapat e caktimit te cmimeve
<i>Java e X-të:</i>	Metodat e caktimit te cmimeve
<i>Java e XI-të:</i>	Veshtiresite dhe metodat e pikes kritike te rentabilitetit
<i>Java e XII-të:</i>	Politika e distribucionit
<i>Java e XIII-të:</i>	Politika e promocionit
<i>Java e XIV-të:</i>	Testi i dyte
<i>Java e XV-të:</i>	Prezantime nga student

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

Pjesëmarrja në ligjërata dhe ushtrime është e obligueshme. Studentët inkurajohen që gjithmonë të kërkojnë sqarime gjatë ligjëratave dhe ushtrimeve. Mësimdhënësi do të jetë në dispozicion për sqarime shitesë 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 tu nënshtrohen vlerësimeve gjatë semestrit.

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