



## UNIVERSITETI I PRISHTINËS

### Fakulteti i Shkencave të Aplikuara të Biznesit - Pejë

#### PLANPROGRAMI MËSIMOR – SYLLABUS

|                              |    |   |                     |                      |                      |                   |                 |
|------------------------------|----|---|---------------------|----------------------|----------------------|-------------------|-----------------|
| <i>Niveli i studimeve</i>    |    | BACHELOR  | <i>Departamenti</i> | AB                   | <i>Viti akademik</i> | 2010/2011         |                 |
| <b>LËNDA</b>                 |    | <b>BAZAT E MARKETINGUT</b>  |                     |                      |                      |                   |                 |
| <i>Viti</i>                  | II | <i>Statusi i lëndës</i>   | E obliguar          | <i>Kodi</i>          | 1207                 | <i>ECTS kredi</i> | 6               |
| <i>Semestri</i>              | IV |   |                     |                      |                      |                   |                 |
| <i>Javët mësimore</i>        |    | 15  |                     | <i>Orët mësimore</i> |                      | <i>Ligjerata</i>  | <i>Ushtrime</i> |
|                              |    |   |                     |                      |                      | 3                 | 1               |
| <i>Metodologjia e mësimi</i> |    | Ligjerata, punime grupore, punim seminarik, kolokvium, test, punim i mesazhit propagandues. |                     |                      |                      |                   |                 |
| <i>Konsultime</i>            |    | Një orë pas ligjëratave   |                     |                      |                      |                   |                 |
| <i>Mësimdhënësi</i>          |    | Prof. Mr. Ramiz Zeka  |                     | e-mail               |                      |                   |                 |
|                              |    |   |                     | tel.                 | 044-565-728          |                   |                 |
| <i>Asistenti</i>             |    | Mr. Ujkan Bajra   |                     | e-mail               |                      |                   |                 |
|                              |    |   |                     | tel.                 | 044-354-259          |                   |                 |

| Qëllimi studimor dhe përmbajtja e lëndës   | Përfitimet e studentit   |
|--|--|
| <p>Qëllimi i lëndës është njohja e studentëve me turizmin dhe hotelierin si fenomen shoqëror dhe ekonomik, si dhe funksionet dhe detyrat bazë të Marketingut në Turizëm dhe Hotelieri. Për të kuptuar turizmin dhe hotelierin dhe funksionimin e tyre si sistem, planprogrami mësimor i lëndës është i orientuar në: kuptimin e Marketingut si disiplinë shkencore; hulumtimin e Marketingut; hulumtimin e tregut; zbulimin e mundësive të tregut dhe parashikimin e shitjes potenciale, segmentimin e tregut; sjelljen e klienteve dhe mbrojtjen e sovranitetit të tyre; elementet të Marketing MIX-it siç janë: kuptimi i produktit turistik-hotelier, aspektet teknike të formimit të çmimit të produktit turistik-hotelier, politika e promovimit, propaganda ekonomike, politika e distribuimit, marketingu në veprimtari shërbyese, makromarketingu dhe analizën e dukurive, faktorëve dhe aktiviteteve të cilat lidhen drejtpërdrejtë me turizmin dhe hotelierin. Përvetësimi i këtij programi mësimor, ju mundëson studentëve të përfitojnë në ngritjen e aftësive të tyre më qëllim që t'i implementojnë në praktikë në kuadër të aktiviteteve të tjera që realizohen në ndërmarrjet turistike dhe hoteliere.</p> | <p><b>Njohuritë:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuptimi i parimeve themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon ndërmarrja turistike dhe hoteliere</li> <li>• Kuptimi i ndërveprimit të turizmit dhe hotelierisë me veprimtaritë të tjera</li> <li>• Mënyrën më bashkëkohore të menaxhimit</li> </ul> <p><b>Aftësitë:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplikimi i njohurive themelore për hartimin e projekt-programeve për produkte turistike-hoteliere; përpilimi i raporteve për suksese-dështime të aritura gjatë procesit të tregëtimit të produktit turistik-hotelier; zgjedhjen e mënyrës më të përshtatshme për vënjen në kontakt ndërmarrjet turistike-hoteliere me klientelen; aplikimi i formës më të përshtatshme për prezentimin e ndërmarrjes dhe produktit pran klienteve dhe opinionit të gjerë përmes mjeteve të promovimit dhe zgjedhja e metodës më të mirë në përcaktimin e çmimit të produkteve turistike-hoteliere e që janë të pranueshme edhe nga klientet</li> <li>• Zgjedhjen e problemeve konkrete në praktikë</li> </ul> |

|   |                       |                           |
|---|-----------------------|---------------------------|
| <b>Metodologjia për realizimin e temave mësimore:</b>   |                       |                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ligjerimi i temës mësimore</li> <li>• Pyetje dhe përgjigje lidhur me temën e ligjëruar</li> <li>• Përsëritja e temës paraprake nga grupi i caktuar i studentëve, komentime, analiza dhe diskutime</li> </ul>   |                       |                           |
| <b>Kushtet për realizimin e temës mësimore:</b>   |                       |                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normale</li> </ul>   |                       |                           |
| <b>Mënyra e vlerësimit të studentit ( në %) :</b>   |                       |                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vijimi i ligjeratave 0-5%</li> <li>• Aktiviteti 0-5%</li> <li>• Punimi seminarik 0-10%</li> <li>• Testi I 0-10 %</li> <li>• Testi II 0-10%</li> <li>• Provimi përfundimtar 0- 50%</li> <li>• Pjesëmarrja në ushtrime 0 - 5%</li> <li>• Puna grupore në detyra dhe raste studimi 0- 5%</li> </ul> | <b>Vlerësimi në %</b> | <b>Nota përfundimtare</b> |
|   | 91-100                | 10 (dhjetë)               |
|   | 81-90                 | 9 (nëntë)                 |
|   | 71-80                 | 8 (tetë)                  |
|   | 61-70                 | 7 (shtatë)                |
|   | 51-60                 | 6 (gjashtë)               |
|   | 0-50                  | 5 (pesë)                  |

| <b>Obligimet e studentit:</b>  |            |   |                   |
|--|------------|---|-------------------|
| <b>Ligjërata</b>   |            | <b>Ushtrime</b>   |                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Vijimi i ligjëratave</li> <li>Pjesëmarrja aktive në diskutime gjatë ligjëratave</li> <li>Punimi seminarik</li> <li>Punimi i kolokviumit</li> <li>Pjesëmarrja në test</li> <li>Provimi përfundimtar</li> </ul> |            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pjesëmarrja në ushtrime</li> <li>Punime grupore në tema të përcaktuara nga lënda</li> <li>Prezentimi i punimit grupor /4 student/</li> <li>Komentime dhe diskutime lidhur me punimi të prezentuar</li> </ul> |                   |
| <b>Ngarkesa e studentit për lëndën</b>   |            |   |                   |
| <b>Aktiviteti</b>  | <b>Orë</b> | <b>Ditë/Javë</b>  | <b>Gjithsejtë</b> |
| Ligjerata  | 3          | 15  | 45                |
| Ushtrime   | 1          | 15  | 15                |
| Punë praktike  | -          | -   | -                 |
| Kontakte me mësime/mbledhjet/konsultimet   | 1          | 15  | 15                |
| Punimi i kolokviumit   | 2          | 5   | 10                |
| Punimi i seminarit   | 2          | 10  | 40                |
| Detyra të shtëpisë/Përpilimi i një mesazhit propagandues/  | 1          | 15  | 15                |
| Koha e studimit vetanak  | 2          | 50  | 100               |
| Përgatitja përfundimtare për provim  | 2          | 20  | 40                |
| Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final, etj.)  | 2          | 10  | 20                |
| Projektet, prezentimet, etj.   | 2          | 10  | 20                |
| <b>Vërejtje:</b> 1 ECTS kredi = 30 orë angazhim, p.sh. nëse lënda i ka 6 ECTS kredi studenti duhet të ketë angazhim gjatë semestrit 180 orë  |            | <b>Ngarkesa totale:</b>   | 180               |

| <b>Java</b> | <b>Ligjerata</b>   |             | <b>Ushtrime</b>  |             |
|-------------|--|-------------|--|-------------|
|             | <b>Tema</b>  | <b>Orët</b> | <b>Tema</b>  | <b>Orët</b> |
| 1.          | Tema: Kuptimi i Marketingut dhe Marketingu si proces ekonomik, funksion afarist dhe koncept afarist.                 | 3           | Tema: Kuptimi i Marketingut dhe Marketingu si proces ekonomik, funksion afarist dhe koncept afarist.             | 1           |
|             | Literatura: Prof.Dr. Momqillo Milisavleviq "Marketingu"  |             | Literatura: Prof.Dr. Momqillo Milisavleviq "Marketingu"  |             |
| 2.          | Tema: Marketingu si disiplinë shkencore; Marketingu si shkencë interdisiplinare dhe koncepti integral i Marke.       | 3           | Tema: Marketingu si disiplinë shkencore; Marketingu si shkencë interdisiplinare dhe koncepti integral i Marke.   | 1           |
|             | Literatura: Prof.Dr. Momqillo Milisavleviq "Marketingu"  |             | Literatura: Prof.Dr. Momqillo Milisavleviq "Marketingu"  |             |
| 3.          | Tema: Nocioni i hulumtimit të maket.; Modelet në market. Plani i marketingut.  | 3           | Tema: Nocioni i hulumtimit të maket.; Modelet në market. Plani i marketingut.                                    | 1           |
|             | Literatura: Prof.Dr. Bardhyl Ceku, Dr. Arian Abazi, Prof.Dr. Ilija Kristo, Dr. Artan Duka "Hyrje në marketing"       |             | Literatura: Prof.Dr. Bardhyl Ceku, Dr. Arian Abazi, Prof.Dr. Ilija Kristo, Dr. Artan Duka "Hyrje në marketing"   |             |
| 4.          | Tema: Organizimi dhe kontrolli i marketingut; Kuptimi i tregut; Përkufizimi i hulumtimit të tregut.                  | 3           | Tema: Organizimi dhe kontrolli i marketingut; Kuptimi i tregut; Përkufizimi i hulumtimit të tregut.              | 1           |
|             | Literatura: Dr. Nexhmi Rexha dhe Prof. Dr. Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "                                      |             | Literatura: Dr. Nexhmi Rexha dhe Prof. Dr. Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "                                  |             |
| 5.          | Tema: Segmentimi i tregut  | 3           | Tema: Segmentimi i tregut  | 1           |
|             | Literatura: Prof. Dr. Bardhyl Ceku dhe Dr. Arian Abazi " Marketingu "  |             | Literatura: Prof. Dr. Bardhyl Ceku dhe Dr. Arian Abazi " Marketingu "  |             |
| 6.          | Tema: Kuptimi i nocionit konsumator; Sjellja e konsumatorëve gjat procesit të vendosjes për blerjen e produktve.     | 3           | Tema: Kuptimi i nocionit konsumator; Sjellja e konsumatorëve gjat procesit të vendosjes për blerjen e produktve. | 1           |
|             | Literatura: Dr. Nexhmi Rexha dhe Prof. Dr. Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "                                      |             | Literatura: Dr. Nexhmi Rexha dhe Prof. Dr. Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "                                  |             |
| 7.          | Tema: Roli i informatave në procesin e vendosjes; Sistemi informativ i market.; Mbrojtja e sovranitetit të konsumat. | 3           | Tema: Roli i informatave në procesin e vendosjes; Sistemi informativ i market.; Mbrojtja e sovranitetit të       | 1           |

|     |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|
|     | Literatura: Dr.Nexhmi Rexha dhe Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "  |   | konsumat.<br>Literatura: Dr.Nexhmi Rexha dhe Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "   |   |
| 8.  | Tema:Përkufizimi dhe objekti i ndërmarrjeve hoteliere; Struktura organizative e ndërmarrjeve turistike-hoteliere<br><br>Literatura: Prof.Dr.Vjollca Baku " Drejtimi i ndërmarrjeve Hoteliere "  | 3 | Tema:Përkufizimi dhe objekti i ndërmarrjeve hoteliere; Struktura organizative e ndërmarrjeve turistike-hoteliere<br><br>Literatura: Prof.Dr.Vjollca Baku " Drejtimi i ndërmarrjeve Hoteliere "  | 1 |
| 9.  | Tema:Kuptimi i turizmit,mikëpritjes dhe kalimi i kohës së lire; Kuptimi i produktit turistik-hotelier<br><br>Literatura:Dr.Klodiana Gorica dhe Dr.Nevila Kocollari " Produkti turistik "  | 3 | Tema:Kuptimi i turizmit,mikëpritjes dhe kalimi i kohës së lire; Kuptimi i produktit turistik-hotelier<br><br>Literatura:Dr.Klodiana Gorica dhe Dr.Nevila Kocollari " Produkti turistik "  | 1 |
| 10. | Tema:Elementet e produktit turistik;Akomodimi,Transportimi, Destinacioni dhe Atraksionet turistike<br><br>Literatura: Dr.Klodiana Gorica dhe Dr. Nevila Kocollari " Produkti turistik "   | 3 | Tema:Elementet e produktit turistik;Akomodimi,Transportimi, Destinacioni dhe Atraksionet turistike<br><br>Literatura: Dr.Klodiana Gorica dhe Dr. Nevila Kocollari " Produkti turistik "   | 1 |
| 11. | Tema:Tregtimi i produktit turistik; Aspektet teknike të Formimit të çmimit të produktit turistik.<br><br>Literatura:Dr. Klodiana Gorica dhe Dr.Nevila Kocollari   | 3 | Tema:Tregtimi i produktit turistik; Aspektet teknike të Formimit të çmimit të produktit turistik.<br><br>Literatura:Dr. Klodiana Gorica dhe Dr.Nevila Kocollari   | 1 |
| 12. | Tema:Vetitë e politikës së Distribuimit;Struktura, llojet dhe arsyet e përdorimit të kanaleve të distribuimit;Funksionet dhe zgjedhja e kanaleve të distribuimit<br><br>Literatura: 1.Prof.Dr.Bardhyl Ceku dhe Dr.Arian Abazi "Marketingu" 2.Dr.Nexhmi Rexha-Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut " | 3 | Tema:Vetitë e politikës së Distribuimit;Struktura, llojet dhe arsyet e përdorimit të kanaleve të distribuimit;Funksionet dhe zgjedhja e kanaleve të distribuimit<br><br>Literatura: 1.Prof.Dr.Bardhyl Ceku dhe Dr.Arian Abazi "Marketingu" 2.Dr.Nexhmi Rexha-Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut " | 1 |
| 13. | Tema:Politika e promovimit; Propaganda ekonomike si formë e politikës së promovimit;Mjetet e propagandës ekonomike.<br><br>Literatura:1. Prof.Dr.Nail Reshidi " Promocioni " 2.Prof.Dr.Josip Sudar " Propaganda Ekonomike "   | 3 | Tema:Politika e promovimit; Propaganda ekonomike si formë e politikës së promovimit;Mjetet e propagandës ekonomike.<br><br>Literatura:1. Prof.Dr.Nail Reshidi " Promocioni " 2.Prof.Dr.Josip Sudar " Propaganda Ekonomike "   | 1 |
| 14. | Tema:Marketingu në veprimtari shërbyese, si: në turizëm-hotelieri, në tregti, në komunikacion;në banka dhe në institucione të tjera financiare<br><br>Literatura: Prof.Mr. Ramiz Zeka " Bazat e Marketingut-Dispensë "  | 3 | Tema:Marketingu në veprimtari shërbyese, si: në turizëm-hotelieri, në tregti, në komunikacion;në banka dhe në institucione të tjera financiare<br><br>Literatura: Prof.Mr. Ramiz Zeka " Bazat e Marketingut-Dispensë "  | 1 |
| 15. | Tema:Marketingu ndërkombëtar dhe Makromarketingu<br><br>Literatura: Prof.Dr.Momqillo Milisavlevq"Marketingu"  | 3 | Tema:Marketingu ndërkombëtar dhe Makromarketingu<br><br>Literatura: Prof.Dr.Momqillo Milisavlevq"Marketingu"  | 1 |

## LITERATURA:

### Literatura bazë:

1. Dr.Bardhyl Ceku dhe Dr.Nail Reshidi, " Marketingu ", Prishtinë, 2006
2. Dr.Bardhyl Ceku, Dr.Renata Dema dhe Dr.Liliana Elmazi, " Marketingu /situata dhe ushtrime/", Tiranë , 2002
3. Dr.Momqillo Milisavleviq, "Marketing", Beograd, 1998
4. Dr.Bardhyl Ceku,Dr.Arian Abazi,Dr.Ilia Kristo dhe Dr.Artan Duka,"Hyrje në Marketing", Tiranë, 1998
5. Dr.Nexhmi Rexha dhe Dr.Nail Reshidi,"Bazat e Marketingut", Prishtinë, 1995
6. Dr.Klodiana Gorica dhe Dr.Nevila Kocollari, "Produkti turistik", Tiranë, 2002
7. Dr.Vjollca Baku, "Drejtimi i ndërmarrjeve hoteliere", Tiranë,
8. Dr.Nail Reshidi, "Promocioni", Prishtinë , 1996
9. Dr.Josip Sudar, "Ekonomiska propaganda", 1973

10. Dr.Aristotel Pano, "Fjalori ekonomik-financiar", Tiranë, 2002

**VËREJTJE:**

- *Për çdo temë mësimore, studentët do të pajisen me materiale të nevojshme në gjuhën shqipe.*
- *Në fund të çdo ore mësimore, grupet e caktuara të studentëve do të angazhohen me detyrë apo rast studimi lidhur me temën e ligjësuar. Rezultatet e arritura nga ajo detyrë, grupet e studentëve duhet ti prezantojnë dhe t'i diskutojnë ato në orën e ushtrimeve.*

**Vërejtje për studentin:**

- Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat shkollore
- Duhet të respektojë orarin e ligjëratave , ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në orën mësimore
- Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e indeksit në teste dhe provim
- Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet ti përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësimmhënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.