

## Formular për SYLLABUS të Lëndës

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik		
Titulli i lëndës:	Marketingu në Banka		
Niveli:	Master		
Statusi lëndës:	Zgjedhore		
Viti i studimeve:	I		
Numri i orëve në javë:	2		
Vlera në kredi – ECTS:	6		
Koha / lokacioni:	Merkure, ora 18, salla 6		
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof.Dr.Fatos Ukaj		
Detajet kontaktuese:	fatosuk@yahoo.com		
<b>Përshkrimi i lëndës</b>			
	Studentet fitojnë njohuritë teorike dhe praktike për zhvillimit dhe dijen për analizën, planifikimin, organizimin, menaxhimin dhe kontrollin e të marketingut në biznesin e Industrisë Financiare, konkretisht në Banka në praktikë. Njohja për rendësin e aplikimit të konceptit të marketingut në biznes, dhe rolin e Marketingut në ngritjen e imazhit të Biznesit,		
<b>Qëllimet e lëndës:</b>			
	Qëllimi i lëndës është njohja e studentëve me marketingun si fenomen bashkëkohor shoqëror dhe ekonomik. Arritja e njohurive për rolin e Marketingut dhe elementeve themelore të tij në zhvillimin e biznesit në Industrisë Financiare, konkretisht në Banka dhe në lëmit e ndryshme. Përvetësimi i këtij programi mësimor, ju mundëson studentëve të përfitojnë në ngritjen e aftësive të tyre për studimet e mëtejme dhe pune të pavarur shkencore dhe profesionale në lëmi.		
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuptimi i parimeve themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon marketingu në biznesin e Industrisë Financiare.</li> <li>• Kuptimi i ndërveprimit të industrisë financiare me veprimtaritë tjera të ekonomisë.</li> <li>• Mënyrën bashkëkohore të marketingut në treg dhe në përgjithësi në Biznes.</li> <li>• Do të jete në gjendje të projekton një plan për marketingun e biznesit Bankar,</li> <li>• Do të jete në gjendje që të zhvillon aktivitetin e Marketingut të ndërmarrjeve në mënyrë të pavarur.</li> </ul>		
<b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënies të studentit)</b>			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet			
Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare	7		7
Detyra të shtëpisë	8		8

Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	8	15	120
Përgatitja përfundimtare për provim			
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)			
Projektet,prezantimet ,etj			
<b>Totali</b>			<b>180</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ligjërata interaktive te ilustruara me prezantime ne power point,</li> <li>seminare, debate dhe pune grupore rreth çështjeve specifike(analiza dhe diskutime)</li> <li>pune interaktive, pune grupore, mësim duke punuar dhe përsëritur.</li> </ul>		
<b>Metodat e vlerësimit:</b>			
	<u>Vlerësimi i Studentëve</u>  Seminari            20% Detyra                10% Provimi final <u>70%</u>  Total                    100%		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë:</b>	Marketingu Bankar, Grup autoresh, Tiranë, 2007.		
<b>Literatura shtesë:</b>	Harrison, T.: «Financial Services Marketing», Prentice Hall, London, 2002. Prof. dr. A. Jakupi, “Bazat e Marketingut”, Universiteti i Prishtinës, Prishtinë, 1999, B. Ceku, “Marketingu”, Tiranë, 2000, Philip Kotler & Kevin Lane Keller, <i>Marketing Management</i> , Twelfth ed. Pearson Prentice - Hall, New Jersey, 2006,		
<b>Plani i dizajnuar i mësim:</b>			
<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>		
<b>Java e parë:</b>	Tema: Hyrje ne marketing. Konceptet kryesore dhe analiza e tyre -njohuri të përgjithshme mbi marketingun -marketingu dhe veçoritë e tregut bankar roli i marketingut,		
<b>Java e dytë:</b>	Tema: Bazat e planifikimit marketing,		
<b>Java e tretë:</b>	Tema: Menaxhimi i procesit te marketingut ,		
<b>Java e katërt:</b>	Tema: Zhvillimi i Analizës se situatës dhe Formulimi i strategjisë.		
<b>Java e pestë:</b>	Tema: Konsumatori dhe organizimi i sjelljes konsumatore,		
<b>Java e gjashtë:</b>	Tema: Informacioni marketing dhe kërkimi.		
<b>Java e shtatë:</b>	Tema: Teknologjia dhe ekologjia, ndikimi i tyre ne marekting		
<b>Java e tetë:</b>	Tema: Strategjia e produkteve dhe zhvillimi i Produkteve te reja,		
<b>Java e nëntë:</b>	Tema: Strategjia e çmimeve,		
<b>Java e dhjetë:</b>	Tema: Strategjia e shpërndarjes shpërndarja fizike,		
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	Tema: Strategjia e promovimit reklamat dhe Promocioni shitjeve,		

<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	Tema: Organizimi, implementimi dhe vlerësimi.
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	Tema: Komunikimi publik dhe relacioni,
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	Tema: Sistemet e menaxhimit te informacionit marketing,
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	Tema: Organizimi, Implementimi dhe Kontrolli i Marketingut,

<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para së gjithash, studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe rregullat shkollore</li> <li>• Duhet të respektojë orarin e ligjëratave , ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm në orën mësimore</li> <li>• Është i obliguar posedimi dhe paraqitja e indeksit në teste dhe provim</li> <li>• Gjatë hartimit të punimeve seminarike, studenti duhet ti përmbahet udhëzimeve të dhëna nga mësuesi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.</li> </ul>