



UNIVERSITETI I PRISHTINËS

Fakulteti i Shkencave të Aplikuara të Biznesit - Pejë

PLANPROGRAMI MËSIMOR – SYLLABUS

<i>Niveli i studimeve</i>		BACHELOR	<i>Departamenti</i>	MTH	<i>Viti akademik</i>	2010/2011	
LËNDA		MARKETINGU NË TURIZËM DHE HOTELIERI					
<i>Viti</i>	II	<i>Statusi i lëndës</i>	E obliguar	<i>Kodi</i>	3202	<i>ECTS kredi</i>	6
<i>Semestri</i>	III						
<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>Njohuritë:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi i parimeve themelore mbi të cilat zhvillohet dhe funksionon ndërmarrja turistike dhe hoteliere • Kuptimi i ndërveprimit të turizmit dhe hotelierisë me veprimtaritë të tjera • Mënyrën më bashkëkohore të menaxhimit <p>Aftësitë:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplikimi i njohurive themelore për hartimin e projekt-programeve për produkte turistike-hoteliere; përpilimi i raporteve për suksese-deshtime 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 • Zgjedhjen e problemeve konkrete në praktikë

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

Obligimet e studentit:			
Ligjërata		Ushtrime	
<ul style="list-style-type: none"> Vijimi i ligjëratave Pjesëmarrja aktive në diskutime gjatë ligjëratave Punimi seminarik Punimi i kolokviumit Pjesëmarrja në test Provimi përfundimtar 		<ul style="list-style-type: none"> Pjesëmarrja në ushtrime Punime grupore në tema të përcaktuara nga lënda Prezentimi i punumit grupor /4 student/ Komentime dhe diskutime lidhur me punimi të prezentuar 	
Ngarkesa e studentit për lëndën			
Aktiviteti	Orë	Ditë/Javë	Gjithsejtë
Ligjerata	3	15	45
Ushtrime	1	15	15
Punë praktike	-	-	-
Kontakte me mësimsdhënësit/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
Vërejtje: 1 ECTS kredi = 30 orë angazhim, p.sh. nëse lënda i ka 6 ECTS kredi studenti duhet të ketë angazhim gjatë semestrit 180 orë		Ngarkesa totale:	180

Java	Ligjerata		Ushtrime	
	Tema	Orët	Tema	Orët
1.	Tema: Kuptimi i Marketingut dhe Marketingu si proces ekonomik, funksion afarist dhe koncept afarist. Literatura: Prof.Dr. Momqillo Milisavleviq "Marketingu"	3	Tema: Komentime dhe diskutime lidhur me temat e ligjeruara Literatura:	1
2.	Tema: Marketingu si disiplinë shkencore; Marketingu si shkencë interdisiplinare dhe koncepti integral i Marke. Literatura: Prof.Dr. Momqillo Milisavleviq "Marketingu"	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
3.	Tema: Nocioni i hulumtimit të maket.; Modelet në market. Plani i marketingut. Literatura: Prof.Dr.Bardhyl Ceku, Dr.Arian Abazi, Prof.Dr.Ilija Kristo, Dr.Artan Duka "Hyrje në marketing"	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
4.	Tema: Organizimi dhe kontrolli i marketingut; Kuptimi i tregut; Përkufizimi i hulumtimit të tregut. Literatura: Dr.Nexhmi Rexha dhe Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
5.	Tema: Segmentimi i tregut Literatura: Prof.Dr.Bardhyl Ceku dhe Dr.Arian Abazi " Marketingu "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
6.	Tema: Kuptimi i nocionit konsumator; Sjellja e konsumatorëve gjat procesit të vendosjes për blerjen e produktve. Literatura: Dr.Nexhmi Rexha dhe Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
7.	Tema: Roli i informatave në procesin e vendosjes; Sistemi informativ i market.; Mbrojtja e sovranitetit të konsumat. Literatura: Dr.Nexhmi Rexha dhe Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
8.	Tema: Përkufizimi dhe objekti i ndërmarrjeve hoteliere; Struktura organizative e ndërmarrjeve turistike-hoteliere Literatura: Prof.Dr.Vjollca Baku " Drejtimi i ndërmarrjeve Hoteliere "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
9.	Tema: Kuptimi i turizmit, mikëpritjes dhe kalimi i kohës së lire; Kuptimi i produktit turistik-hotelier Literatura: Dr.Klodiana Gorica dhe Dr.Nevila Kocollari " Produkti turistik "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
10.	Tema: Elementet e produktit turistik; Akomodimi, Transportimi, Destinacioni dhe Atraksionet turistike	3	Tema: Njëjtë	1

	Literatura: Dr.Klodiana Gorica dhe Dr. Nevila Kocollari " Produkti turistik "		Literatura:	
11.	Tema:Tregtimi i produktit turistik; Aspektet teknike të Formimit të çmimit të produktit turistik. Literatura:Dr. Klodiana Gorica dhe Dr.Nevila Kocollari	3	Tema: Njëjtë Literatura:	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 Literatura: 1.Prof.Dr.Bardhyl Ceku dhe Dr.Arian Abazi "Marketingu" 2.Dr.Nexhmi Rexha-Prof.Dr.Nail Reshidi " Bazat e Marketingut "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
13.	Tema:Politika e promovimit; Propaganda ekonomike si formë e politikës së promovimit;Mjetet e propagandës ekonomike. Literatura:1. Prof.Dr.Nail Reshidi " Promocioni " 2.Prof.Dr.Josip Sudar " Propaganda Ekonomike "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
14.	Tema:Marketingu në veprimtari shërbyese, si: në turizëm-hoteliere, në tregti, në komunikacion;në banka dhe në institucione të tjera financiare Literatura: Prof.Mr. Ramiz Zeka " Bazat e Marketingut-Dispensë "	3	Tema: Njëjtë Literatura:	1
15.	Tema:Marketingu ndërkombëtar dhe Makromarketingu Literatura: Prof.Dr.Momqillo Milisavleq"Marketingu"	3	Tema: Njëjtë Literatura:	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 Milisavleq, "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 mësimmshënësi për realizimin hulumtues dhe teknik të punimit.