



## **SYLLABUS I LËNDËS “SJELLJA E KONSUMATORIT”**

<b>Të dhëna bazike të lëndës</b>	
<b>Njësia akademike:</b>	Fakulteti Ekonomik
<b>Titulli i lëndës:</b>	Sjellja e konsumatorit
<b>Programi:</b>	Menaxhment Ndërkombëtar
<b>Niveli:</b>	Bachelor
<b>Statusi lëndës:</b>	Zgjedhore
<b>Viti i studimeve:</b>	2022/23
<b>Numri i orëve në javë:</b>	2+2
<b>Vlera në kredi – ECTS:</b>	5
<b>Koha / lokacioni:</b>	Fakulteti Ekonomik
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	Prof. Asoc. Dr. Nerimane Bajraktari
<b>Të dhënat kontaktuese:</b>	<a href="mailto:nerimane.bajraktari@uni-prizren.com">nerimane.bajraktari@uni-prizren.com</a>
<b>Përshkrimi i lëndës:</b>	<p>Sjellja e konsumatorit është një temë që studion pse dhe si konsumatorët marrin vendime të caktuara dhe si ndryshojnë sjelljet e tyre nën ndikimin e faktorëve të caktuar.</p> <p>Tema fokusohet shumë në ndikimin e faktorëve psikologjikë të konsumatorit, faktorët e mjedisit të jashtëm dhe situatën në të cilën klienti mund të përballlet sa herë që ai ose ajo vendos të blejë diçka.</p>
<b>Qëllimi i lëndës:</b>	<p>Për më tepër, duhet theksuar se subjekti nuk studion vetëm aktin e blerjes, por gjithashtu studion procesin para dhe pas blerjes, madje shqyrton se si posedimi ose mungesa e sendeve mund të ndikojë në sjelljen e konsumatorit në përgjithësi.</p> <p>Sjellja e konsumatorit krijon një mundësi për të kuptuar më mirë pse konsumatorët zgjedhin produkte dhe kompani të caktuara, çfarë po ndodh në botën e biznesit, pse dikush është i suksesshëm dhe dikush jo. Nëse kompanitë kanë informacion se cilët faktorë ndikojnë në sjelljen e konsumatorëve dhe si ndikojnë ata tek ata, atëherë ato mund të përshtatin produkte dhe shërbime më të mira për klientët. Ky shërben si hapi i parë në politikëbërjen dhe marrjen e vendimeve të duhura në Marketing.</p> <p>Kursi ofron modelin më të avancuar për të kuptuar vendimmarrjen e konsumatorit, i cili shërben si program për suksesin e biznesit në ekonominë e tregut dhe në kohën e hiperkonkurrencës.</p>
<b>Rezultatet e të nxënit:</b>	<p>Pas përfundimit të këtij kursi, studentët do të jenë në gjendje të:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Të njohë rëndësinë e sjelljes së konsumatorit dhe përdorimin e kësaj njohurie në favor të bizneseve.</li><li>2. Njihuni me procesin e vendimmarrjes së konsumatorit,</li><li>3. Të njohë faktorët individualë që përcaktojnë sjelljen e konsumatorit,</li><li>4. Të njohë ndikimin mjedisor në sjelljen e konsumatorit,</li></ol>



	5. Të njohim ndikimin në sjelljen e konsumatorit. 6. Të shpjegojë dhe analizojë lidhjet ndërmjet sjelljes konsumatore individuale dhe organizative		
<b>Ngarkesa e studentit (duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	2	15	30
Punë praktike	1	3	3
Kontaktet me mësimdhënësin (konsultimet)	1	15	15
Ushtrime në teren	1	3	3
Kollokviume, seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë	1	13	13
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	1	15	15
Përgaditja përfundimtare për provim	1	10	10
Projektet, prezentimet etj.	2	1	2
<b>Totali</b>			<b>125 orë (5 ECTS)</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	Ligjërata, ushtrime, diskutime, konsultime, projekte kursi, detyra shtëpie, kollokviume, provime.		
<b>Metodologjia e vlerësimit:</b>	Vijueshmëria e rregullt dhe aktive: 10%, Provimi i ndërmjetëm (kollokviumi): 20%, Projekti i kursit: 10%, Provimi final: 60%,		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura primare:</b>	Semiha Loca, Sjellja konsumatore, 2012 Vjollca Baku, Sjellja konsumatore, 2010. Artan Xh. Duka, Sjellja konsumatore, 2009. Michael Solomon, Gary Bamossy, Soren Askegaard, Margaret K. Hogg – Consumer Behaviour, 2006. Roger D.Blackwell, Paul W. Miniard, James F.Engel – Consumer Behavior, 2006. Williams L. Wilke, Consumer Behavior,, 1986.		



	Kotler & Armstrong (2008). <i>Principles of Marketing</i> . Kotler & Armstrong (2013). Parimet e marketingut. Botimi I 13. Tiranë.
--	---

<b>Plani i dizajnuar i mësimit:</b>		
<b>Java</b>	<b>Ligjërata</b>	<b>Ushtrime</b>
<b>Java e parë:</b>	Hyrje në sjelljen e konsumatorit. Parimet bazë, kuptimi dhe evolucioni i sjelljes së konsumatorit	Shpërndarja e temave të projekteve seminarike.
<b>Java e dytë:</b>	Studimi i sjelljes së konsumatorit dhe perspektiva e saj	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së parë të ligjëratave.
<b>Java e tretë:</b>	Kultura dhe Subkultura	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së dytë të ligjëratave.
<b>Java e katërt:</b>	Klasa demografike dhe sociale	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së tretë të ligjëratave.
<b>Java e pestë:</b>	Referencat e grupit të referencës dhe familjes.	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së katërt të ligjëratave.
<b>Java e gjashtë:</b>	Komunikimi brenda grupeve dhe shpërndarja e risive	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së pestë të ligjëratave.
<b>Java e shtatë:</b>	Perceptimi	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së gjashtë të ligjëratave.
<b>Java e tetë:</b>	Vlerësimi i parë i ndërmjetëm Konsultimi	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së shtatë të ligjëratave.
<b>Java e nëntë:</b>	Mësimi dhe kujtesa	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së tetë të ligjëratave.
<b>Java e dhjetë:</b>	Motivi, personaliteti dhe emocioni	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së nëntë të ligjëratave.
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	Qëndrimi dhe stili i jetës	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së dhjetë të ligjëratave.
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	Vendimmarrja dhe fazat (Njohja e problemit)	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së njëmbëdhjetë të ligjëratave.



<b>Java e trembëdhjetë:</b>	Procesi dhe fazat e vendimmarrjes (Procesi i kërkimit të informacionit (ISP))	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së dymbëdhjetë të ligjëratave.
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	Fazat e procesit të vendimmarrjes (Vlerësimi Alternativ dhe Blerja) SDMP (Pas Blerjes)	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së trembëdhjetë të ligjëratave.
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	Prezantimi i projekteve semestrale.	Prezentimi i projekteve semestrale.

### **Politikat akademike dhe kodi i sjelljes**

1. Mungesa do të ndikoj në notën përfundimtare. Parimi është i thjeshtë: nëse ju mungoni apo jeni të pakujdesshem, jeni përgjegjës për atë çfarë keni humbur.
2. Studentet duhet ta respektojnë orarin e leksioneve dhe të jenë të vëmendshëm gjatë orëve të mesimit.
3. Është e obligueshme të keni librat gjatë orëve të mesimit.
4. Studentet duhet të jenë aktiv dhe bashkëpunues për arsye se librat e caktuara për kursin kërkojnë mesim interaktiv dhe si i tillë kërkon bashkëpunim dhe bashkëpunim të vazhdueshëm midis mësuesve, studentëve, librave, dhe pajisjeve të teknologjisë.
5. Ambienti bashkëpunues gjatë leksioneve dhe ushtrimeve është kërkesë baze në arritjen e objektivave dhe qëllimeve të parashikuara në këtë syllabus.
6. Ndalohet përdorimi i telefonave gjatë leksioneve, ushtrimeve, testeve/provimit final.
7. Me në fund por me rëndësi më të madhe, respekt i plotë për parimet dhe standartet akademike të njohura botërisht (Sistemi i Bolonjes).