



SYLLABUS I LËNDËS “E-MARKETINGU”

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	E – Marketingu
Programi:	Menaxhment Ndërkombëtar
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	E obligueshme
Viti i studimeve:	2022/23
Numri i orëve në javë:	2+2
Vlera në kredi – ECTS:	5
Koha / lokacioni:	Fakulteti Ekonomik - Amfiteatër
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Ass. Dr. Festim Tafolli
Të dhënat kontaktuese:	festim.tafolli@uni-prizren.com Tel: +383 49 436 848
Përshkrimi i lëndës:	<p>Interneti ndikon në çdo aspekt të jetës sonë. Mediat elektronike dhe teknologjia u mundësojnë organizatave të blejnë produkte, shërbime dhe materiale nga furnitorët; tregtoni mallra dhe shërbime për klientët; lejojnë anëtarët e organizatës të komunikojnë me njëri-tjetrin; dhe monitorojnë mjedisin e jashtëm.</p> <p>Ky kurs ofron një pasqyrë të botës që ndryshon me shpejtësi të marketingut dhe bazohet në parimet e marketingut për të hetuar fusha të specializuara. Interneti dhe teknologjitë e tjera ofrojnë shumë mundësi për aplikime marketingu. Duke trajtuar atë që është unike rreth marketingut elektronik, kursi eksploron se si këto teknologji po krijojnë vlerë për klientët, si dhe përfitime për kompanitë dhe markat e tyre.</p> <p>Në mënyrë të veçantë, kursi trajton çështje të tilla si:</p> <ul style="list-style-type: none">• Hyrje në marketingun elektronik dhe bazat e tij teknologjike.• Implikimet e biznesit të marketingut elektronik.• Implikimet e marketingut, shitjes me pakicë, shitjes dhe promovimit.• Implikimet sociale, ligjore, etike të lidhura me marketingun elektronik.
Qëllimi i lëndës:	<p>Ky kurs synon të bëjë sa vijon:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Përshkruan dhe zhvillon terminologjinë, konceptet dhe aktivitetet e marketingut elektronik.2. Identifikon zhvillimet e fundit dhe origjinën e tyre në praktikën e marketingut elektronik.3. Përgatit studentët për të zhvilluar një strategji të integruar të marketingut elektronik.
Rezultatet e të nxënit:	<p>Pas përfundimit të kursit, studentët duhet të jenë në gjendje të:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Përshkruajn elementet kryesore dhe zhvillimet në marketingun elektronik.2. Identifikojn strategjitë kryesore të marketingut elektronik të kompanive.



	3. Zbatojn njohuritë konceptuale dhe aftësitë analitike për të zhvilluar planin e marketingut elektronik. 4. Punojn në mënyrë efektive në grup dhe kontribuoni në vendimmarrje. 5. Shkruajn raporte cilësore të biznesit. 6. Komunikojn në mënyrë efektive analizën dhe strategjinë.		
Ngarkesa e studentit (duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
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
Totali			125 orë (5 ECTS)
Metodologjia e mësimdhënies:	Ligjërata, ushtrime, diskutime, konsultime, projekte kursi, detyra shtëpie, kollokviume, provime.		
Metodologjia e vlerësimit:	Vijueshmëria e rregullt dhe aktive: 10%, Provimi i ndërmjetëm (kollokviumi): 20%, Projekti i kursit: 10%, Provimi final: 60%,		
Literatura			
Literatura primare:	<ol style="list-style-type: none">1. Raymond Frost, Alexa K. Fox, Terry Daugherty (2022) EMarketing: Digital Marketing Strategy. Published November 15, 2022 by Routledge2. Simon Kingsnorth (2022). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page; 3rd edition		



Literatura shtesë:	<ol style="list-style-type: none">1. Simon Kingsnorth (2022). The Digital Marketing Handbook: Deliver Powerful Digital Campaigns. Kogan Page; 1st edition2. Benjamin Sweeney (2022). Digital Marketing QuickStart Guide: The Simplified Beginner's Guide to Developing a Scalable Online Strategy, Finding Your Customers, and Profitably ... Your Business (QuickStart Guides™ - Business). ClydeBank Media LLC
---------------------------	---

Plani i dizajnuar i mësimit:		
Java	Ligjërata	Ushtrime
<i>Java e parë:</i>	Tema dhe Detyra	Shpërndarja e temave të projekteve seminarike.
<i>Java e dytë:</i>	Hyrje dhe orientim	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së parë të ligjëratave.
<i>Java e tretë:</i>	E-Marketing- E kaluara, e tashmja, e ardhmja	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së dytë të ligjëratave.
<i>Java e katërt:</i>	E-Marketingu Strategjik	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së tretë të ligjëratave.
<i>Java e pestë:</i>	Plani i marketingut elektronik	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së katërt të ligjëratave.
<i>Java e gjashtë:</i>	E-Kërkim Marketingu	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së pestë të ligjëratave.
<i>Java e shtatë:</i>	Konsumatorët e lidhur në internet	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së gjashtë të ligjëratave.
<i>Java e tetë:</i>	Provimi i ndërmjëmë (kollokviumi)	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së shtatë të ligjëratave.
<i>Java e nëntë:</i>	Segmentimi, Synimi, Pozicionimi	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së tetë të ligjëratave.
<i>Java e dhjetë:</i>	Produkti: Oferta Online	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së nëntë të ligjëratave.
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	Çmimi: Vlera Online	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së dhjetë të ligjëratave.



Java e dymbëdhjetë:	Vendndodhja: Internet për shpërndarje	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së njëmbëdhjetë të ligjëratave.
Java e trembëdhjetë:	E-Marketing Komunikimi: Media në pronësi E-Marketing Komunikimi: Media me pagesë	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së dymbëdhjetë të ligjëratave.
Java e katërbëdhjetë:	Promovimi: Internet për komunikim Menaxhim i mardhënieve me konsumatorë	Kuize dhe raste studimore të zgjedhura nga tema e javës së trembëdhjetë të ligjëratave.
Java e pesëmbëdhjetë:	Prezantimet e Projekteve	Prezentimi i projekteve semestrare.

Politikat akademike dhe kodi i sjelljes

- Mungesa do të ndikojë në notën përfundimtare. Politika është e drejtpërdrejtë: Nëse mungoni ose jeni neglizhent, jeni përgjegjës për atë që keni humbur.
- Nga studentët kërkohet të respektojnë orarin e leksioneve dhe të jenë të vëmendshëm gjatë orëve të mësimit.
- Është e detyrueshme të keni libra, kur jeni në mësim.
- Studentët duhet të jenë aktivë dhe bashkëpunues sepse libri i caktuar për lëndën kërkon mesim interaktiv dhe si i tillë kërkon bashkëpunim dhe ndërveprim të vazhdueshëm ndërmjet mësuesve, studentëve, librave dhe pajisjeve teknologjike.
- Mjedisi bashkëpunues gjatë leksioneve dhe ushtrimeve është kërkesë parësore në arritjen e objektivave dhe synimeve të përcaktuara në këtë planprogram.
- Mos përdorim telefoni gjatë orëve të mësimit dhe testeve/provimit përfundimtar.
- Së fundi, por më e rëndësishmja, respektimi i plotë i politikave dhe standardeve akademike të njohura botërisht (Sistemi i Bolonjës).