



SYLLABUSI

Të dhëna bazike rreth lëndës	
Universiteti:	Universiteti “Ukshin Hoti” - Prizren
Njësia akademike:	Fakulteti i Shkencave Kompjuterike
Programi i studimit:	Dizajnimi i Softuerëve
Lënda:	Marketingu online
Niveli i studimeve:	Bachelor
Statusi i lëndës:	Zgjidhore
Viti i studimeve:	2
Numri i orëve në javë:	2+2
Vlera në kredi - ECTS:	6
Koha / lokacioni:	Do të publikohen në web site të universitetit!
Mësimdhënësit:	Prof. Asoc. Dr. Naim Baftiu
Detajat kontaktuese:	naim.baftiu@uni-prizren.com
Përshkrimi i lëndës:	<p>Materiali është i shtjelluar ashtu që të rforcojë dhe të theksojë kuptimet themelore mbi bazat e marketingut on linë duke i dhënë konceptet themelore dhe ilustrimin e metodave për zgjidhjen e problemeve të ndryshme. Në pjesën e ushtrimeve janë dhënë shumë shembuj praktik që paraqesin bazë të mjaftueshme për zgjidhjen e problemeve numerike ku është diskutuar edhe menyrat e zgjidhjes së problemit dhe avancimi i marketibgut on line. Ky modul përcakton konceptet themelore në lidhje me aftësinë për të kuptuar nocionet kryesore që kanë të bëjnë me aplikimin e marketingut duke shfrytëzuar TIK-un në jetën e përditshme, përdorimin e teknikave dhe aplikacioneve të përshtatshme për të mbajtur një lidhje web faqe për marketing, përdorimin e internetit në mënyrë të sigurt, dhe për të menaxhuar të dhënat dhe informacionet në mënyrën e duhur. Njohja e llojeve të marketingut on line, porosia, aplikacionet që përdoren për marketing on line e tjera.</p>
Qëllimet e lëndës:	<p>Përmes kësaj lënde mundësohet që studentët të njohin elementet kryesore të teknologjisë dhe sistemeve digjitale dhe mundësitë të zgjeruara, të cilat mund të ofrohen përmes sinergjive të sistemeve dhe</p>

	<p>funksionalitetit të tyre.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lënda analizon dhe shpjegon konceptet dhe parimet e sistemeve dhe teknologjive digjitale. - Qasja analitike mbështet në konceptet bazike dhe aftësitë e nevojshme për të analizuar dhe dizajnuar qarqet logjike dhe sekuenciale. - Kjo mundëson nënkuptimin e principeve të projektimit digjital; realizimin e qarqeve kombinuere, logjike dhe sekuenciale; bazat e projektimit logjikë dhe automatizimin e tyre.
Rezultatet e pritura:	<p>Pas përfundimit të kësaj lënde studenti do jetë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Të kuptojnë konceptet themelore të marketingut on line. - Të kuptojë aplikacionet on line etj. - Të kuptojë dhe aplikojë realizimin e aplikacioneve softuerike per marketin on line. - Te krijon web faqe per marketin on line <p>Pas përfundimit të këtij kursi (lënde) studenti duhet të ketë njohuri në lidhje me: format e marketingut on line: Vjedhja e Fjalëkalimeve per hyrje ne web faqe per ndryshimin e webit per marketing, Inxhinieria Sociale, Interneti dhe marketingui on line e tjera.</p>

Kontributi/ ngarkesa e studentit (që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të mësimave nga studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej/orë
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	2	15	30
Punë praktike	1	2	2
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultime	1	5	5
Ushtrime në terren	1	1	1
Kollokviume	2	2	4
Detyra laboratorike	2	2	4
Koha e studimit vetanëk të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	10	30
Përgatitja përfundimtare për provim	5	6	30
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	2	3	6
Projektet, prezantimet, etj.	4	2	8

Totali			150
Vërejtje: 1 ECTS (kredi) = 25 orë angazhim, p. sh., nëse lënda ka 6 ECTS (kredi) studenti duhet të angazhohet 150 orë gjatë semestrit.			
Metodologjia e mësimdhënies:	Lënda është kombinim i ligjëratave, diskutimeve, ushtrimeve numerike dhe laboratorike, ndërsa detyrat prezantohen nga mësimdhënësi i lëndës në laborator!		
Metodat e vlerësimit:	<ul style="list-style-type: none"> - Vijueshmëria në ligjëratat dhe ushtrime: 5% + 5%. - Projekti: 15% - Kollokviumi 1: 35%. - Kollokviumi 2: 40%. - Ose provimi përfundimtar: 100%. 		
Vlerësimi/ Nota përfundimtare:	Vlerësimi në %	Nota përfundimtare	
	91% - 100%	10	
	81% - 90%	9	
	71% - 80%	8	
	61% - 70%	7	
	51% - 60%	6	
	0% - 50%	5	
Literatura			
Literatura bazë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reshidi, N. (2006) Marketingu. Botues: Universiteti i Prishtinës. Prishtinë, Kosovë. 2. Vasilika, K. (2000) Menaxhimi Strategjik – teori, koncepte, zbatime. Tiranë, Shqipëri. 3. Daniel, Anand (June 10, 2015). Rise of Indian market places, and what the future hold. yourstory.com/2015/06/rise-Indian-marketplaces. <p>Fejza, E. (2013) Strategjitë e Marketingut të Ndërmarrjeve në Kosovë. PhD. Tiranë, Shqipëri. [Online] http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2014/01/Doktoratura-Ejup-FejzaFakulteti-Ekonomise-Departamenti-i-Marketingut.pdf</p>		
Literatura shtesë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yasmin, A., Tasneem, S., & Kaniz, F. (2015, April). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. <i>International Journal of Management Science and Business Administration</i>, 1(5), 69-80. 		
Plani mësimor			

Java	Ligjëratat/njësia mësimore
<i>Java e parë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Prezantimi i syllabusit (rreth ligjëratave). • Introduction to Online Marketing & Public Relations
<i>Java e dytë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Vlera e Informacionit për marketing.
<i>Java e tretë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptojnë termin marketing dhe implikimet saj si: mbledhjen e informacionit për marketing, mashtrimi, qasja në sistemin kompjuterik në marketing.
<i>Java e katërt:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Siguria e dokumentit në marketing
<i>Java e pestë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptojnë termin vjedhje e identitetit dhe implikimet e saj : personale, financiare, biznesore, ligjore në marketingon linë.
<i>Java e gjashtë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikimi i masave për marketing
<i>Java e shtatë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • marrja e informacionit, skimming, pretexting për marketing
<i>Java e tetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kollokviumi 1.
<i>Java e nëntë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ngarkimi, shkarkimi i websajtit nga serveri
<i>Java e dhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi dhe roli i administratorit të rrjetit në menaxhimin, autorizimin, vërtetimin dhe mbajtjen e llogarisë brenda një rrjeti.
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing dhe Siguria e Wireless-it
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikimi i teknikave të përbashkëta biometrike
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Web Browsing
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Rrjetet Sociale • E-maili • Mesazh imenjehershëm (IM) • Sigurimi dhe backupi i të dhënave
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kollokviumi 2.

Ushtrimet

Plani mësimor	
Java	Ushtrimet
<i>Java e parë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Prezantimi i syllabusit (rreth ushtrimeve). • History of PR – defining online Marketing & PR – 5 key stages for success – 10 ground rules for online PR.
<i>Java e dytë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi i arsyes për mbrojtjen e informacionit të ndjeshëm komercial si: parandalimin e vjedhjes ose keqpërdorimit të të dhënave të klientit informacionit financiar për marketing.
<i>Java e tretë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikimi i masave për marketing
<i>Java e katërt:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikimi i metodave të marketingut
<i>Java e pestë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikoni metodat e vjedhjes së identitetit si: marrja e informacionit, skimming, pretexting për marketing
<i>Java e gjashtë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Vendosija e një fjalëkalim për fajllat si:

	dokumente,fajllat e ngjeshur, fletët punuese.
<i>Java e shtatë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Njohin llojet e malwar-ve infektues dhe tëkuptojnë se si ata punojnë si: viruset , worms.
<i>Java e tetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultime rreth kollokviumit 1.
<i>Java e nëntë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikimi dhe rregullimi i linçeve teprishura ne websajt
<i>Java e dhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ngarkimi, shkarkimi i websajtit nga serveri
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuptimi me termin rrjet dhe njohin llojet ezakonshme të rrjetit si: LocalAreaNetwork (LAN) WideAreaNetwork (WAN), rrjet virtualprivat (VPN)
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ATM-të
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Vetëdijesimi se veprimtaria e sigurt online (blerjet, transaksionet financiare)
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kontratat per marketing
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultime rreth kollokviumit 2.

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes	
<ul style="list-style-type: none"> • Në përgjithësi prezantimet e ligjëratave do të bëhen përmes MS PowerPoint, tabelës, përdorimit të materialeve, programeve kompjuterike dhe ushtrimeve numerike. • Po ashtu, nga mësimdhënësit do të sigurohen edhe materiale tjera shtesë (punime shkencore, publikime, buletine nacionale, si dhe zbulimet dhe hulumtimet e fundit). • Gjatë çdo seance do të organizohet qasja e bashkëbisedimit dhe bashkëparticipimit me studentë! • Nga studentët kërkohet që të jenë të rregullt në ligjërata dhe ushtrime! • Do të vlerësohet kontributi i studentëve kur ata bashkëpunojnë dhe participojn në ligjëratat dhe ushtrimet e lëndës! • Ardhja e studentëve me kohë në ligjërata dhe ushtrime është e obligueshme! 	