



SYLLABUSI I LËNDËS “MARKETINGU ONLINE”

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti i Shkencave Kompjuterike
Titulli i lëndës:	Marketingu online
Programi:	Dizajnimi i Softuerëve
Niveli:	Baçelor
Statusi lëndës:	Zgjidhore
Viti i studimeve:	2
Numri i orëve në javë:	2+2 (ligjërata dhe ushtrime)
Vlera në kredi – ECTS:	6 ECTS
Koha / lokacioni:	Të publikuara në web site të universitetit!
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Asoc. Dr. Naim Baftiu
Të dhënat kontaktuese:	naim.baftiu@uni-prizren.com
Përshkrimi i lëndës:	<p>Materiali është i shtjelluar ashtu që të rirforcojë 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-ut 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>
Qëllimi i 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 funksionalitetit të tyre. 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 kombinuara, logjike dhe sekuenciale; bazat e projektimit logjikë dhe automatizimin e tyre.</p>
Rezultatet e të nxënit:	<p>Pas përfundimit të kësaj lënde studenti do jetë në gjendje:</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 për marketing on line.• Të krijojë web faqe për marketing on line• Pas përfundimit të këtij kursi (lënde) studenti duhet të ketë njohuri në lidhje me: format e marketingut on line:



	<ul style="list-style-type: none"> Vjedhja e Fjalëkalimeve per hyrje ne web faqe per ndryshimin e webit per marketing, Inxhinieria Sociale, Interneti dhe marketingui on line e tjera. 		
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	2	2
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	5	5
Ushtrime në terren	1	1	1
Kollokfiume, seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë	2	2	4
Koha e studimit vetanak 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 orë (6 ECTS)
Metodologjia e mësimdhënies:	Lënda është kombinim i ligjëratave, diskutimeve, ushtrimeve numerike dhe laboratorike, ndërsa detyrat prezantohen nga asistenti në laborator.		
Metodologjia e vlerësimit:	Vijueshmëria në ligjërata dhe ushtrime: 5% + 5%. Projekti: 15% Kollokviumi 1: 35%. Kollokviumi 2: 40%. Ose provimi përfundimtar: 100%.		
Literatura			
Literatura primare:	<ol style="list-style-type: none"> Reshidi, N. (2006) Marketingu. Botues: Universiteti i Prishtinës. Prishtinë, Kosovë. Vasilika, K. (2000) Menaxhimi Strategjik – teori, koncepte, zbatime. Tiranë, Shqipëri. Daniel, Anand (June 10, 2015). Rise of Indian market places, and what the future hold. yourstory.com/2015/06/ rise-Indian-marketplaces. 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 		
Literatura shtesë:	<ol style="list-style-type: none"> Yasmin, A., Tasneem, S., & Kaniz, F. (2015, April). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. International Journal of Management Science and Business Administration, 1(5), 69-80. 		

Plani i dizajnuar i mësimi:

Java	Ligjërata	Ushtrime
<i>Java e parë:</i>	Prezantimi i syllabusit (rreth ligjëratave). Introduction to Online Marketing & Public Relations	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>	Vlera e Informacionit për marketing.	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>	Kuptojnë termin marketing dhe implikimet saj si: mbledhjen e informacionit për marketing, mashtrimi, qasja në sistemin kompjuterik në marketing.	Identifikimi i masave për marketing
<i>Java e katërt:</i>	Siguria e dokumentit në marketing	Identifikimi i metodave të marketingut
<i>Java e pestë:</i>	Kuptojnë termin vjedhje e identitetit dhe implikimet e saj : personale, financiare, biznesore, ligjore në marketingon linë.	Identifikoni metodat e vjedhjes së identitetit si: marrja e informacionit, skimming, pretexting për marketing
<i>Java e gjashtë:</i>	Identifikimi i masave për marketing	Vendosja e një fjalëkalim për fajllat si: dokumente, fajllat e ngjeshur, fletët punuese.
<i>Java e shtatë:</i>	marrja e informacionit, skimming, pretexting për marketing	Njohin llojet e malware-ve infektues dhe të kuptojnë se si ata punojnë si: viruset, worms.
<i>Java e tetë:</i>	Kollokviumi 1.	Konsultime rreth kollokviumit 1.
<i>Java e nëntë:</i>	Ngarkimi, shkarkimi i websajtit nga serveri	Identifikimi dhe rregullimi i linçeve të prishura në websajt
<i>Java e dhjetë:</i>	Kuptimi dhe roli i administratorit të rrjetit në menaxhimin, autorizimin, vërtetimin dhe mbajtjen e llogarisë brenda një rrjeti.	Ngarkimi, shkarkimi i websajtit nga serveri
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	Marketing dhe Siguria e Wireless-it	Kuptimi me termin rrjet dhe njohin llojet e zakonshme të rrjetit si: Local Area Network (LAN) Wide Area Network (WAN), rrjet virtual privat (VPN)
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	Identifikimi i teknikave të përbashkëta biometrike	ATM-të
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	Web Browsing	Vetëdijesimi se veprimtaria e sigurt online (blerjet, transaksionet financiare)
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	Rrjetet Sociale E-maili Mesazh imenjehershëm (IM) Sigurimi dhe backup i të dhënave	Kontratat për marketing
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	Kollokviumi 2.	Konsultime rreth kollokviumit 2.
Politikat akademike dhe kodi i sjelljes		



- 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, buletinet nacionale, si dhe zbulimet dhe hulumtimet e fundit).
- Në mungesë të mundësisë që puna praktike të organizohet çdo javë, në bashkëpunim me menaxhmentin e universitetit, ky aktivitet do të organizohet në ditë të caktuara në: organizata, kompani, njësitë prodhuese-përpunuese, etj.
- Gjatë çdo seancë do të organizohet qasja e bashkëbisedimit dhe bashkëparticipimit me studentë!
- Nga studentët kërkohet që të jenë të rregullt në ligjëratat dhe ushtrimet!
- Do të vlerësohet kontributi i studentëve kur ata bashkëpunojnë dhe participojnë në ligjëratat dhe ushtrimet e lëndës!
- Ardhja e studentëve me kohë në ligjëratat dhe ushtrimet është e obligueshme!