



UNIVERSITETI "KADRI ZEKA" UNIVERSITY

Zija Shemsiu, 60000, Gjilan, Kosovë
www.uni-gjilan.net tel: 0280-390-112

SYLLABUS

Lënda: Sjellje Konsumatore

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Menaxhimi i Burimeve Njerëzore
Niveli:	Bachelor
Statusi i lëndës:	Obligative /Zgjedhore
Viti i studimeve:	viti i III-të, semestri i V -të
Numri i orëve në javë:	2+1
Vlera në kredi – ECTS:	6
Koha / lokacioni:	UKZ
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Ass. Dr. Bajram Fejzullahu
Detajet kontaktuese:	bajram_fejzullahu@hotmail.com
Përshkrimi i lëndës	Sjellja konsumatore është një lëndë që studion përse dhe si konsumatorët marrin vendimet të caktuara dhe si sjelljet e tyre ndryshojnë nën ndikimin e faktorëve të caktuar. Lënda përqendrohet shumë në ndikimin e faktorëve psikologjik të konsumatorët, faktorëve të mjedisit të jashtëm dhe situatave e gjendjes në të cilat mund të ndodhet konsumatori kurdo që vendosë të blejë diçka. Duhet të theksohet se lënda nuk studion vetëm aktin e blerjes por studion edhe procesin para dhe pas blerjes, madje studion se si posedimi ose mungesa e gjërave mund të ndikojnë në sjelljet konsumatore në përgjithësi.
Qëllimet e lëndës:	Sjellja konsumatore krijon një mundësi për të kuptuar me mirë se përse konsumatorët zgjedhin produktet dhe kompanitë e caktuara, çfarë ngjet në botën e biznesit, përse dikush është i suksesshëm e dikush jo. Nëse kompanitë kanë informacione se cilët janë faktorët që ndikojnë në sjelljet e konsumatorëve dhe si ndikojnë ato, atëherë ato mund t'i përshtasin produktet dhe shërbimet më mirë konsumatorëve. Kjo shërben si hap i parë për hartimin e politikave dhe marrjen e vendimeve të duhura në marketing. Lënda jep modelin më të avancuar për të kuptuar marrjen e vendimeve konsumatore, gjë që shërben si një program për suksesin e bizneseve në ekonominë e tregut dhe në kohën e hipërkonkurrencës.

Rezultatet e pritura të nxënies:	<p>Në përfundim të kësaj lënde studentet do të jetë në gjendje që të:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Të njohin rëndësinë e sjelljeve konsumatore dhe përdorimin e këtyre njohurive në favor të biznesve, 2. Të dinë procesin e marrjës së vendimeve konsumatore, 3. Të njohin faktorët individual që përcaktojnë sjelljen konsumatore, 4. Të njohin ndikimin e mjedisit në sjelljen konsumatore, 5. Të njohin ndikimet në sjelljen konsumatore
---	--

Kontributi në ngarkesën e studentit (duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënës të studentit) Raporti teori / praktikë	Orë	Ditë/javë Ngarkesa e studentit në ETCS	Rezultatet e pritura të nxënies:
Ligjërata	2	15 javë = 30	1,2,3,4,5
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15 javë = 15	1,2,3,4,5
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	15 javë = 30	1,2,3,4,5
Kollokfiume, seminare	3	3 ditë = 9	1,2,3,4,5
Detyra të shtëpisë	1	3 ditë = 3	1,2,3,4,5
Punë praktike	/	/	/
Koha e studimit vetanë të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	15 javë = 45	1,2,3,4,5
Përgatitja përfundimtare për provim	3	3 ditë = 9	1,2,3,4,5
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	4	4 ditë = 16	1,2,3,4,5
Projektet,prezentimet ,etj	1	8 ditë = 8	1,2,3,4,5
Totali	6 ECTS*25 =150 orë		

Vërejtje: 1 ECTS kredi = 25 orë angazhim, p.sh. nëse lënda i ka 6 ECTS, kredi studenti duhet të ketë angazhim gjatë semestrit 150 orë.

Metodologjia e mësimdhënies:	<p>Mësimdhënia do të zhvillohet përmes ligjërates, shembujve praktikë, interpretimeve individuale e grupore, punimit të seminareve, vlerësimeve periodike, etj. Të gjitha këto do të realizohet në aspektin teorik dhe praktik duke i prezantuar materialet në formën audio-vizuale përmes teknologjisë elektronike me programet e Windows Office.</p> <p>Në aspektin teorik do të ofrohen njohuri të përgjithshme shkencore, bazuar në literaturën bashkëkohore. Pjesa praktike kryesisht do të realizohet përmes shembujve konkret nga literatura dhe nga njohuritë praktike të ndërmarrjet prodhuese private e publike dhe të organizatat jo fitim prurëse. Në këtë mënyrë do të synohet krijimi i raporteve ndër-vepruese profesor–student si dhe ai student-student.</p> <p>Mjetet Konkretizimit / IT: Laptop, Projektor, Tabela, Marker, Mikrofon.</p>
-------------------------------------	--

Metodat e vlerësimit:	Testi i parë: 35 pikë Testi i dytë: 35 pikë Detyrat e shtëpisë: 10 pikë (2 detyra x 5 pikë) Vijimi i rregullt dhe aktiviteti në klasë: 10 pikë (2 detyra x 5 pikë) Punimi seminarik 10 pikë Totali: 100 pikë. Vlerat e pikëve: Provimi ka 100 pikë. 50-60 = 6; 61-70 = 7; 71-80 = 8; 81-90= 9; 91-100 = 10 Pikët nën 50 nuk mbërrijnë notën kaluese.
Literatura	
Literatura bazë:	Semiha Loca, Sjellja konsumatore, 2006 Vjollca Baku, Sjellje konsumatore, 2007 Artan Xh. Duka, Sjellja konsumator, 1999
Literatura shtesë:	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.
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjeratat që do të zhvillohen
<i>Java e parë:</i>	Kuptimi dhe evoluimi i sjelljes konsumatore
<i>Java e dytë:</i>	Studimi i sjelljes konsumatore dhe perspektivat e saj
<i>Java e tretë:</i>	Kultura dhe nënkultura
<i>Java e katërt:</i>	Demografia dhe klasat sociale
<i>Java e pestë:</i>	Familja dhe grupet e referimit
<i>Java e gjashtë:</i>	Komunikimi brenda grupeve dhe shpërndarja e risive
<i>Java e shtatë:</i>	Perceptimi
<i>Java e tetë:</i>	Të mesuarit dhe kujtesa
<i>Java e nëntë:</i>	Motivimi, personaliteti dhe emocioni
<i>Java e dhjetë:</i>	Qëndrimet
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	Stili i jetës
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	Vendimarrja dhe stadet e saj – Njohja e problemit
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	Stadet e procesit të vendimarrjes – Kërkimi i informacionit
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	Stadet e procesit të vendimarrjes – Vlersimi i alternativave dhe blerja
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	Stadet e procesit të vendimarrjes – Pas blerja
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:	
Sipas Rregulloreve të UKZ	