

SILLAJBUSI LËNDËS (Marketingu sportiv)

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	FAKULTETI EDUKIMIT FIZIK DHE I SPORTIT		
Titulli i lëndës:	Marketikgu Sportiv		
Niveli:	Baqeller		
Statusi lëndës:	Zhgjedhore		
Viti i studimeve:	Viti i katërt (semestri i dytë)		
Numri i orëve në javë:	2+0		
Vlera në kredi – ECTS:	5		
Koha / lokacioni:	E Premte 12.30-15.00,		
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof.Dr.Naser Rashiti		
Detajet kontaktuese:	naser.rashiti@uni-pr.edu & naserrashiti@hotmail.com		
Përshkrimi i lëndës	Kjo lëndë do t'i njoftojë studentët me bazat e teorisë dhe praktikës nga MMS. Fokusi do të jetë mbi zgjedhjet dhe vendimet të cilat i marrin individët dhe ndërmarrjet në kushte të resurseve të kufizuara. Vëmendje e veçantë do t'i kushtohet tregut dhe instrumenteve të marketing miksit .Po ashtu nje rendesi te vecante do ti kushtohet procesit te menaxhimit te marketingut sportive dhe te strategjive kryesore.		
Qëllimet e lëndës:	Programi ka për qëllim të ofroj njohuri të avancuara, të njoh dhe aftësojë studentët për përdorimin specifik të koncepteve, teorive dhe metodave nga menaxhmenti financiar të sportit në bizneseve dhe që ata t'i aftësojë të shpjegojnë dhe interpretojnë probleme të veçanta, të bëjnë ndërlidhjen e këtyre problemeve me fushat e tjera ekonomike, të formulojnë opinione të qëndrueshme nga fusha e menaxhmentit sportiv në mënyrë kritike në interpretimin dhe zgjidhjen e problemeve nga kjo fushë dhe ndërlidhur me fushat e tjera të ndërlidhura		
Rezultatet e pritura të nxënies:	Me kompletimin e këtij moduli, studentët do të jenë në gjendje të: Rendesine dhe rolin e MMK ne ekonomine e tregut; Te pergatisin planet dhe strategjite e Marketingut sportiv; Te organizojne dhe te implementojne nje departament ne kuader te struktures organizative sportive etj.		
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	2	2	30
Ushtrime teorike/laboratorike			
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	2	2	2

Ushtrime në teren			
Kollokfiume,seminare	2		2
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)		2	30
Përgaditja përfundimtare për provim			
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	2		2
Projektet,prezentimet ,etj			
Totali	8	6	66

Metodologjia e mësimdhënies:	Në dy orë ligjërata në jave, do të shtjellohet materiali mësimor, do të organizohet diskutim grupor dhe prezantimi i punimeve seminarike. Një pjesë e rëndësishme e kohës do t'i kushtohet diskutimeve në klasë. Do të jepen punime seminarike, të cilat pastaj do të prezantohen dhe diskutohen në klase. Studentët inkurajohen që të përcjellin sportive e financave te korporatave vendore, klubeve sportive dhe të nxjerrin tema për diskutim. Esetë e tyre lidhur me këto çështje do të kenë rëndësi për vlerësim. Përveç teksteve te detyrueshme, studentët do të kenë mundësi të shfrytëzojnë fondin e librarisë dhe librarinë elektronike. Metoda e punës do të përqendrohet në ligjeratra dhe ushtrime interaktive me pjesëmarrje të studentëve në procesin e mësimin, me prezantime individuale e grupe, etj
Metodat e vlerësimit:	Studenti vlerësohet kur shlyen pozitivisht gjithë kolokfiumet, kur shlyen seminarin dhe provimin dhe shkrim etj.

Literatura bazë:	I.Kristo, Y. Ialazi; Marketingu Sportiv, Tiran, Bardhyl Ceku: Drejtim marketingu, Tirane 2010 Koteler and Keller: Marketing Management J. Paul Peter, James H. Donnelly. Jr – Marketing Management, 2001 Sammuel C. Certo – Modern Management, 2001 Philip Kotler and Kevin keller : Marketing Managment , 2006 Literature tjeter dhe materiale te ndryshme nga internet...
-------------------------	--

Literatura shtesë:	<u>Menaxhimi I organizatave sportive olimpike, KO</u>
---------------------------	--

Plani i dizajnuar i mësimin:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Kuptimi,mjedisi, informacioni dhe kërkimi marketingut
Java e dytë:	Bazat e Marketingut, (kuptimi i marketingut)?
Java e tretë:	Sistemi I informacionit marketing
Java e katërt:	Domosdoshmëria e marketingut në sport
Java e pestë:	Marketingu sportiv
Java e gjashtë:	Elementet e marketingut mix-sportiv

Java e shtatë:	Kolokfiumi I
Java e tetë:	Prodhimet sportive - industriale
Java e nëntë:	Të mirat dhe shërbimet në sport
Java e dhjetë:	Shpërndarja e produkteve në sport
Java e njëmbëdhjetë:	Organizimi I promociioneve në sport
Java e dymbëdhjetë:	Kolokfiumi II
Java e trembëdhjetë:	Rëndësia e mardhënjeve me publikun
Java e katërbëdhjetë:	Kuptimi I sponzorizimit te sportit
Java e pesëmbëdhjetë:	Si prezantohet veprimtaria sportive tek një sponsor

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:

Mësimdhënësi cakton kriteret për vijimin e rregullt në ligjërata dhe ushtrime dhe rregullat e mirësjelljes si: mbajtja e qetësisë në mësim, shkyçja e telefonave celular, hyrja në sallë me kohë, etj.)