

Menaxhimi i Marketingut

Planprogrami

- Java 1:** Hyrje në Menaxhim të Marketingut
Kuptimi dhe definimi i Menaxhimit të Marketingut
- Java 2:** Orientimet e Biznesit të Ndërmarrjës; Roli i Menaxherit të Marketingut; Marketingu Holistik
- Java 3:** Krijimi i Vlerës Konsumatore ; Zinxhiri i Krijimit të Vlerës ; Roli i Marketingut në Planifikimin Strategjik
- Java 4:** Zhvillimi i Planeve dhe Strategjive të Marketingut ;
Procesi i Planifikimit Strategjik në Njësinë Biznesore
- Java 5:** Drejtimi i Sistemit të Informacioneve të Marketingut ; Procesi dhe Menaxhimi i Hulumtimeve (Kërkimeve) të Marketingut
- Java 6 :** Lidhja me Konsumatorë ; Menaxhimi i Marrëdhënjeve me Konsumatorë ;
Kënaqësia dhe Lojaliteti

Java 7 : **Vlerësimi Intermediar I**

Menaxhimi i Marketingut

Planprogrami (Vazhdim)

Java 8 : Analiza e tregjeve Konsumatore të biznesit , Institucionale dhe Qeveritare ; Procesi i blerjës / Prokurimi ; Menaxhimi B2B

Java 9 : Identifikimi i Segmenteve të Tregut dhe Tregu i Synuar ; Nivelet e Segmentimit të Tregut dhe Objektivate të Tregut ; Kriteret, vlerësimi dhe përzgjedhja e Segmenteve të Tregut.

Java 10: Krijimi i Markave (Brendeve) të fuqishme ; Krijimi i Kapitalit Markë ; Pozicionimi i Markës

Java 11 : Analiza e Konkurrencës dhe Pozicioni Konkurses ; Krijimi dhe mbajtja e Avantazhit Konkurses

Menaxhimi i Marketingut

Planprogrami (Vazhdim)

Java 12 : Organizimi i Departamentit të Marketingut; Implementimi, Vlerësimi dhe Kontrolli në Marketing

Java 13 : Treguesit e Performancës dhe Ndikimi në Fitim i Drejtimit të bazuar në treg.; Treguesit e Tregut dhe Performanca Finaciare ;

Java 14 : Analiza e Problemeve dhe Rasteve Marketing ;
Analiza, formulimi, vlerësimi dhe mënyrat alternative të veprimit

Java 15 : **Vlerësimi Intermediar 2**

Qershor 2015 : **Provimi FINAL**

Menaxhimi i Marketingut

Metoda e Vlerësimit

Vlerësimi 1 :	30 %
Vlerësimi 2 :	30 %
Pjesëmarrja aktive	40 %
- Ligjerata dhe Aktivitete (10% + 10%)	
- Punë Praktike + Seminari (10% + 10%)	
Provimi Final	60 %