



<b>Të dhëna bazike të lëndës</b>	
<b>Universiteti:</b>	<b>Universiteti “Ukshin Hoti” Prizren</b>
<b>Njësia akademike:</b>	<b>Fakulteti i Shkencave të Jetës dhe Mjedisit</b>
<b>Programi</b>	<b>Agrobiznes</b>
<b>Titulli i lëndës:</b>	<b>Marketingu Agroushqimor</b>
<b>Niveli:</b>	<b>Bachelor</b>
<b>Statusi lëndës:</b>	<b>Obligative</b>
<b>Viti i studimeve:</b>	<b>2</b>
<b>Numri i orëve në javë:</b>	<b>2+2</b>
<b>Vlera në kredi – ECTS:</b>	<b>6</b>
<b>Koha / lokacioni:</b>	<b>Do të shpallet</b>
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	<b>Prof. asoc. dr. Isuf Lushi</b>
<b>Detajet kontaktuese:</b>	<b>Email: <a href="mailto:isuf.lushi@uni-prizren.com">isuf.lushi@uni-prizren.com</a> cel: +38349/547171</b>
<b>Përshkrimi i lëndës</b>	<p>Ky kurse do tu afrojë studentëve njohuri për Marketingun e produkteve bujqësore. Marketingu roli dhe rëndësia e tij. Analizat e tregjeve të produkteve bujqësore dhe ushqimore. Prodhimi bujqësor dhe marketingu i produkteve bujqësore dhe ushqimit. Konsumi i ushqimeve dhe marketingu. Industria përpunuese dhe përpunimi i ushqimit. Shitja me shumicë dhe pakicë e ushqimit produkteve bujqësore dhe ushqimit. Tregtia ndërkombëtare e ushqimit. Analizat e çmimit dhe funksioni i këmbimit. Konkurrenca në tregjet ushqimore. Çmimet e produktit të fermës dhe çmimet e ushqimit. Kostot e marketingut të ushqimeve. Organizimi ndryshueshëm në tregjet ushqimore. Kooperativat në industrinë e prodhimit dhe ushqimit. Zhvillimi i tregut dhe zgjerimi i kërkesës. Fuqia në treg dhe fuqia për marrëveshje. Informacioni mbi tregun. Standardizimi dhe shkallëzimi. Transporti. Magazinimi. Menaxhimi i riskut dhe tregjet në afat.</p>
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	<p>Objektivi kryesor i kësaj lënde është që studentëve t’u ofrojë njohuri mbi funksionet e marketingut bujqësore, dobisë-shtese, strukturat e tregut dhe institucionet e marketingut të produkteve agro-ushqimore. Do të kontribuoj në alternativat e marketingut në vendimmarrje të prodhuesve dhe ndërmjetësve. Te japë njohuri të nevojshme për strukturat e tregut, pozicionin e prodhimit dhe çmimeve të tregut: po kështu dhe të përpunuesve: për fuqinë e firmave në treg e në lidhje marrëveshjesh për shit-blerje.</p>
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	<p>Pas përfundimit të ligjëratave, studenti do të jetë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Krijon,projekton,vlerëson në mënyrë kritike veprimet aktuale dhe të analizojë ndikimin e tyre potencial në marketingun agro-ushqimor.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zgjeron dijen mbi marketingun e bujqësisë në Kosovë e me gjerë.</li> <li>• Krijon njohurit personale për lidhjet në mes të marketingut bujqësorë dhe ushqimit.</li> <li>• Merrë njohuri të përgjithshme të lidhjes midis: Prodhimit, industrisë ushqimore, konservimit, burimeve natyrore dhe marketingut në përgjithësi.</li> <li>• Analizonë teoritë mes ekonomisë prodhuese e tregtare për të vlerësuar çështjet aktuale dhe në të ardhshmen të marketingun bujqësor.</li> <li>• Merrë vendime te cilat sjellin rezultat afarist pozitiv ne mjedise prodhuese,përpunuese e tregtare.</li> </ul>
--	---

**Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)**

Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej/orë
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike	2	15	30
Punë praktike	5	2	10
Kontaktet me mesimdhënësin/konsultimet	2	5	10
Ushtrime në teren	1	10	10
Kollokfiume, seminare	1	10	10
Detyra të shtëpisë	1	15	15
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	1	15	15
Përgaditja përfundimtare për provim	5	1	5
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	0.5	15	7.5
Projektet,prezentimet ,etj.	0.5	15	7.5
<b>Totali</b>			<b>150(6 ECTS)</b>
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	Ligjërata, diskutime, ushtrime, konsultime, projekte të pavarura, detyra shtëpie, kollokviume, provime.		
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	Vlerësimi i parë (kollokvium): 20%, Seminaret ose angazhime tjera: 10%, Vijimi i rregullt: 10%, Provimi final: 60%, Vlerësimi total: 100%		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolnikaj,P. Verquni,A. Male,B. “Marketingu i produkteve bujqësore”, 2009, Tiranë.</li> <li>• .Kotler, Ph. &amp; Amstrong,G. (2013).”Principles of</li> </ul>		



	marketing”. 13th edition.	
<b>Literatura shtesë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceku,B. Abazi,A. Loca,S. (2010). Bazat e Marketingut, Tiranë.</li> <li>• R.L.KOHL, Joseph N.UHL.”Marketing of agricultural products”,Perdue University New Jersey, 2002.</li> <li>• Ph.Aurier,L. Sirieix.”Le marketing des produits agroalimentaires”, Paris,2004.</li> <li>• Fred Emerson Clark ”Principles of Marketing”-Marketing Principle in Agriculture.</li> <li>• Hudson D. Agricultural markets and proces, Blackwell Publishing,2007.</li> </ul>	
<b>Plani i dizajnuar i mësimit:</b>		
<b>Java</b>	<b>Ligjërata</b>	<b>Ushtrimet:</b>
<b>Java e parë:</b>	Njohje me lëndën; Hyrje ne Marketingun e Agrokultures dhe ushqimit; Marketigu i ushqimeve ne ekonomi e tregut. etj	Shpërndarja e temave dhe punimeve seminarike, puna ne grupe, etj.
<b>Java e dytë:</b>	Analizat e tregjeve te produkteve në Agrikulturë dhe ushqimeve Analiza e performances së tregut ne industrinë e ushqimit,,etj.	Raste studimore nga tema e javës parë të ligjëratave.
<b>Java e tretë:</b>	Prodhimi dhe marketingu; Format e marketingut,karakteristikat e produktit,prodhimit, Alternativat e marketingut në fushën e Agrikulturës	Raste studimore nga tema e javës dytë të ligjëratave.
<b>Java e katërt:</b>	Konsumi i ushqimeve dhe maketingu.Kuptimi i preferencës te ushqimi, Konsumi i ushqimit dhe menyra e shpenzimit, Demografite,te ardhurat,dieta ,shëndeti,tregu ushqimor, etj.	Zgjedhje nga tema e javës tretë të ligjëratave.
<b>Java e pestë:</b>	Industria përpunuese dhe përpunimi i ushqimit.Menaxhimi i marketingut strategjitë e produktit,Struktura e industrisë së ushqimit,	Raste studimore nga tema e javës katërt të ligjëratave.
<b>Java e gjashtë:</b>	Shitja me shumic dhe pakic e ushqimit,të produkteve agro-ushqimore	Raste studimore nga tema e javës pestë të ligjëratave.
<b>Java e shtatë:</b>	Tregtia ndërkombëtare e ushqimit.	Raste studimore nga tema e javës gjashtë të ligjëratave.



	Analizat e çmimit dhe funksioni i këmbimit	
<b>Java e tetë:</b>	Kollokviumi	Raste studimore nga tema e javës shtatë të ligjëratave.
<b>Java e nëntë:</b>	Konkurenca ne tregjet ushqimore. Çmimet e produktit te fermes dhe çmimet e ushqimit.	Raste studimore nga tema e javës tetë të ligjëratave.
<b>Java e dhjetë:</b>	Kostot e marketingut te ushqimeve. Organizimii ndryshueshem ne tregjet ushqimore.	Raste studimore nga tema e javës nëntë të ligjëratave.
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	Koperativat ne industrin e ushqimit. Zhvillimi i tregut dhe zgjerimi i kërkesës.	Raste studimore nga tema e javës dhjetë të ligjëratave.
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	Fuqia ne treg dhe fuqia per marrveshje. Informacioni mbi tregun.	Raste studimore nga tema e javës njëmbëdhjetë të ligjëratave.
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	Standartizimi dhe shkallizimi. Transporti.	Raste studimore nga tema e javës dymbëdhjetë të ligjëratave.
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	Magazinimi. Menaxhimi i riskut dhe tregjet ne afat.	Temat dhe diskutimi i problematikave nga ligjeratat e kaluara.
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	Konsulta dhe përgatitje për provim	Konsulta dhe përgatitje për provim.
<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>		
Pjesëmarrja e rregullt dhe aktive e studentëve në ligjëratat, ushtrime (pjesën praktike) dhe në punë seminarike; Mbajtja e qetësisë në mësim, ç'kyçja e telefonave celular, hyrja me kohë në sallë të mësimit etj..		