



UNIVERSITETI I EVROPËS JUGLINDORE
УНИВЕРЗИТЕТ НА ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА
SOUTH EAST EUROPEAN UNIVERSITY

Study program Administrim Biznesi (2025/2026)

Fakulteti	Biznesi dhe Ekonomia
Cikli i studimeve	Cikli i tretë (doktoratë)
SETK	180
Kodi	PhD-BE-180
Titulli	Doktor i shkencave ekonomike - Drejtimi: Administrim biznesi
Numri në arkiv i akreditimit [180]	03-2382/1
Numri në arkiv i akreditimit []	
Vendimi për fillim me punë	
Data akreditimit	09.07.2025

Përshkrimi i programit

Programi i studimit për Administrim Biznesi është krijuar për të inkurajuar studentët të angazhohen në kërkime të avancuara shkencore që nxisin përparimin social dhe ekonomik. Duke inkurajuar transferimin e njohurive akademike në institucionet publike dhe private, si dhe grupet e interesit, programi e plotëson hendekun midis teorisë dhe aplikimit praktik në biznes dhe menaxhimin bashkëkohor. Ky program dallohet duke i adresuar sfidat dinamike të mjediseve bashkëkohore të biznesit, duke i pajisur studentët me njohuri dhe shkathtësi për të udhëhequr në mënyrë efektive në një ekonomi të globalizuar. Objektivat specifike përfshijnë:

- Përmirësimin e kapaciteteve menaxhuese dhe mbikëqyrëse të ndërmarrjeve për të nxitur zhvillimin e praktikave inovative dhe të qëndrueshme të biznesit.
- Trajnimin e menaxherëve të gjithanshëm, sipërmarrës, të cilët demonstrojnë gatishmëri për të trajtuar sfidat, për të marrë rreze të llogaritura dhe për të përfituar nga mundësitë në zhvillim.
- Trajnimin e drejtuesve me aftësi të avancuara vendimmarrëse, të pajisur për të lundruar në kompleksitetin e peizazhit modern të biznesit.
- Formimin e menaxherëve me perspektiva dhe aftësi të të menduarit përpara për planifikimin e skenarëve të ardhshëm, vlerësimin e rrezikut dhe shfrytëzimin e mundësive të biznesit të shekullit të 21-të.
- Nxitjen e aftësive në përdorimin e burimeve të njohura ndërkombëtare, si revistat akademike dhe publikimet në anglisht, për të mbështetur mësimin dhe kërkimin e vazhdueshëm.
- Inkurajimin e aftësive të pavarura kërkimore në një nivel të avancuar, përgatitja e studentëve për të kontribuar me njohuri të rëndësishme dhe zgjidhje inovative në sektorët e biznesit dhe menaxhimit.
- Programi përputhet ngushtë me nevojat në zhvillim të shoqërisë duke adresuar boshllëqet kritike në ekspertizën menaxheriale, udhëheqjen dhe inovacionin sipërmarrës. Ai pasqyron strukturën dhe cilësinë e të paktën tre programeve të akredituara të ofruara nga institucionet kryesore ndërkombëtare të arsimit të lartë, duke siguruar konkurrencë dhe rëndësi globale.
- Duke theksuar si dimensionin teorik ashtu edhe atë praktik të biznesit dhe menaxhimit, ky program studimi përgatit të diplomuarit për të përmbushur kërkesat e sipërmarrjeve moderne dhe për të kontribuar ndjeshëm në zhvillimin social dhe ekonomik.

Karriera

Pas përfundimit me sukses të programit, studentët do të mund:

- Të punojnë në mënyrë individuale dhe në grupe në hulumtimin e formave më përkatëse për plotësimin e nevojave të popullatës,
- T'i elaborojnë dallimet dhe nevojat e bashkësisë, nga aspekti shkencor dhe profesional.
- Të marrin pjesë aktive në ndërtimin e politikës makroekonomike dhe mikroekonomike.
- Të jenë të informuar dhe të kontribuojnë në elaboratet shkencore dhe profesionale.

Rezultatet e të mësuarit

Njohuritë dhe të kuptuarit

Kuptimi i avancuar i koncepteve të administrimit të biznesit, duke përfshirë sjelljen organizative, menaxhimin strategjik dhe operacionet e biznesit.

Kryerja e analizave kritike të praktikave dhe politikave bashkëkohore të biznesit, veçanërisht në kontekstin e ekonomisë kombëtare dhe globale.

Aplikimi i njohurive dhe të kuptuarit

Zhvillimi i aftësisë për të llogaritur tendencat e tregut, për të parashikuar mundësitë e biznesit dhe për të analizuar ndikimin e strategjive të biznesit në efikasitetin organizativ.

Aplikimi i njohurive teorike në skenarë praktikë për menaxhimin e biznesit, sipërmarrjen dhe vendimmarrjen.

Aftësitë për të vlerësuar

Aftësimi i studentëve për të marrë role udhëheqëse në organizatat fitimprurëse dhe jofitimprurëse në nivel lokal dhe global. Vlerësimi kritik i modeleve dhe strategjive të biznesit për të kapërcyer sfidat që lidhen me globalizimin, transformimin digjital dhe tregjet konkurruese.

Aftësitë e komunikimit

Përmirësimi i shkathtësive personale, profesionale dhe komunikuese të nevojshme për menaxhim efektiv dhe punë ekipore në mjedisin e biznesit.

Inkurajimi i pjesëmarrjes aktive në diskutime dhe kërkime të pavarura në fusha të ndryshme të biznesit dhe menaxhimit.

Aftësitë e të mësuarit

Inkurajimi i të menduarit kritik dhe shkathtësive për zgjidhjen e problemeve, të nevojshme për zgjidhje inovative dhe të qëndrueshme biznesi.

Zhvillimi i aftësive kërkimore dhe ekspertizës praktike në menaxhim, marketing dhe financa për organizatat private dhe jofitimprurëse.

Lista e lëndëve

Semestri 1

- [C2012] [10.0 SETK] **Metodologjia sasiore e hulumtimit**
- [DBE0102] [10.0 SETK] **Teoria e organizatës - qasje multidisiplinare**
- [C2015] [10.0 SETK] **Strategjia dhe menaxhimi i marketingut**

Semestri 2

- [DBE0105] [10.0 SETK] **Shqyrtimi dhe miratimi i planit të disertacionit të doktoratës**
- [10.0 SETK] **Lëndë zgjedhore**
- [10.0 SETK] **Lëndë zgjedhore**

Semestri 3

- [PHD-S3-S4-01] [40.0 SETK] **Punë kërkimore-shkencore**

Semestri 4

- [PHD-S3-S4-02] [15.0 SETK] **Publikime I**
- [C2016] [5.0 SETK] **Mobiliteti i studentëve**

Semestri 5

- [DBE0104] [20.0 SETK] **Prezantimi i rezultateve të hulumtimit**
- [PHD-S5-01] [10.0 SETK] **Publikime II**

Semestri 6

- [C2598] [30.0 SETK] **Disertacioni i doktoratës**

Description of courses

Lëndë obligative

- **Metodologjia sasiore e hulumtimit**

Lënda do të fokusohet më tepër në metodat sasiore të kërkimit sesa në filozofinë e kërkimit. Ajo do të mbulojë metodën sasiore të kërkimit dhe teknikat e kërkimit të përdorura në shkencën e ekonomisë. Prandaj, qëllimi i lëndës është t'i mësojë studentët se si të bëjnë kërkime dhe të përdorin metodat e duhura të kërkimit për këtë qëllim. Për më tepër, lënda është projektuar për individë që mund të kenë nevojë të kryejnë kërkime në shkencat sociale, si pjesë e studimeve të tyre akademike, ose përgjegjësiwe profesionale. Rrjedhimisht, lënda do t'u sigurojë studentëve mjetet që do të rrisin probabilitetin që ata të përfundojnë me sukses hulumtimin e tezës së tyre, dhe në kohën e duhur. Përveç kësaj, lënda do t'u mundësojë studentëve të fitojnë njohuri të mjaftueshme për mjetet dhe teknikat analitike dhe të bëhen konsumatorë më të sofistikuar të kërkimit të shkencave sociale (d.m.th., literaturës në ekonomi, financë, menaxhim dhe marketing në këtë kontekst).

- **Teoria e organizatës - qasje multidisiplinare**

Lënda eksploron mënyrat në të cilat organizatat mund të dizajnohen (nga menaxhmenti ose të tjerët) në mënyrë që të arrijnë objektivat e tyre. Ai i ekspozon studentët me mënyrat në të cilat ekonomistët, psikologët dhe sociologët trajtojnë këtë dhe çështjet e lidhura me to. Prandaj, është një lëndë ndërdisiplinor që krahason dhe krahason kontributin e disiplinave thelbësore të shkencave sociale në studimin e organizatave. Lënda bazohet në materiale teorike dhe empirike dhe studentët do të inkurajohen të përdorin njohuritë e tyre lokale në ndjekjen e studimeve të tyre. Do të ketë një theks (megjithëse jo ekskluziv) në organizatat, të krijuara me një objektiv ekonomik. Në fund të lëndës dhe pasi të kenë përfunduar leximin dhe aktivitetet thelbësore studentët duhet të jenë në gjendje të: 1. të përshkruajë veçoritë thelbësore të organizatave 2. të kuptojë faktorët që formojnë këto veçori 3. vlerësojnë evolucionin e modeleve/llojeve të ndryshme organizative 4. kuptojnë se si menaxherët mund të ndërtojnë dhe ndryshojnë organizata 5. kuptojnë se si forma të ndryshme organizative ndikojnë tek individë brenda organizatës.

- **Strategjia dhe menaxhimi i marketingut**

Lënda duhet të ndihmojë studentët: - të mësojnë të mendojnë në mënyrë strategjike kur marrin dhe zbatojnë vendime marketingu; - të mësojnë të aplikojnë qasje dhe mjete specifike analitike për të kuptuar klientët, konkurrencën dhe tregjet; - të fitojnë aftësitë e nevojshme analitike dhe konceptuale për zhvillimin e programeve të suksesshme të marketingut; - të zhvillojnë të menduarit strategjik në kontekstin e problemeve dhe sfidave komplekse me të cilat përballen drejtuesit dhe menaxherët bashkëkohorë; - të kenë një pasqyrë mbi çështjet bashkëkohore në marketing dhe sfidat unike me të cilat përballen menaxherët e marketingut në mjedisin dinamik të biznesit; - të kuptojnë se çfarë përshihet në marrjen e vendimeve të marketingut, duke përfshirë produktin, çmimin, promovimin dhe vendosjen e vendimeve për të krijuar një miks marketingu; - të përdorin teknika për ndërmarrjen e analizave strategjike të tregut dhe formulimin e strategjive të marketingut.

- **Shqyrtimi dhe miratimi i planit të disertacionit të doktoratës**

Pas semestrit të parë, studenti fillon aktivitetet e tij për përpilimin e planit mbi disertacionin e doktoratës. Aktivitetet përfshijnë: përcaktimin e literaturës, përcaktimin e kornizës hipotetike, përkufizimin e metodologjisë së punës, përcaktimin e planit individual dhe prezantimin e parë publik. Po të ketë nevojë mund të organizohen edhe lëndë

zgjedhore për këtë qëllim.

- **Punë kërkimore-shkencore**

Në vitin e dytë (semestri 3 dhe 4), doktoranti e vazhdon aktivitetin kërkimor sipas planit të miratuar individual. Mentori jep vlerësimet në lidhje me këto aktivitete.

- **Publikime I**

Publikimi i aktiviteteve kërkimore në përputhje me kriteret relevante të mediumit botues. Aktivitetet botuese, suksesi i kandidatit dhe rëndësia e fushës së kërkimit do të kontrollohet para audiencës shkencore.

- **Mobiliteti i studentëve**

Gjatë semestrit të katërt studenti është i detyruar të realizojë mobilitet në një institucion shkencor, ose institucion tjetër relevant për fushën e kërkimit jashtë vendit në një kohëzgjatje prej të paktën një javë. Qëllimi i mobilitetit të doktorantëve është të prezantojnë, shkëmbejnë dhe diskutojnë punën e tyre kërkimore me kolegë nga vende të tjera për të përmirësuar cilësinë e disertacionit të tyre. Për realizimin e mobilitetit studenti sjell dëshmi nga institucioni, të cilën ia dorëzon mentorit.

- **Prezantimi i rezultateve të hulumtimit**

Në fund të semestrit të pestë, pas aktiviteteve kërkimore në planin individual, doktoranti i prezanton publikisht rezultatet e përgjithshme të kësaj faze të tezës dhe kërkimit.

- **Publikime II**

Publikimi (botimi) i aktiviteteve kërkimore sipas kriterëve të relevancës së mediumit botues. Aktivitetet botuese, suksesi i kandidatit dhe rëndësia e fushës së kërkimit, do të kontrollohet para audiencës shkencore.

- **Disertacioni i doktoratës**

Vazhdimi i punës së disertacionit të doktoratës. Dorëzohet teza (disertacioni), pranohet nga Këshilli mësimor-shkencor i fakultetit, u dorëzohet anëtarëve të komisionit dhe fillon procedura e mbrojtjes publike.

Lëndë zgjedhore

- **Menaxhimi i njohurive, inovacioneve dhe konkurrencës**

Qëllimet e programit të lëndës janë që studentët të: - Analizojnë rolin e menaxhimit të njohurive në arritjen e objektivave financiare, përmirësimin e cilësisë dhe procesit dhe inovacionit. - Kuptojnë se si të përdorin menaxhimin e njohurive brenda biznesit. - Të mësojnë metoda që do të rrisin përdorimin e kreativitetit brenda biznesit. - Të kuptojnë lëndën, sfidat dhe përfitimet nga risitë e ndryshme. - Të kuptojnë mënyrat se si të rritet avantazhi konkurrues i biznesit. - Të kuptojnë elementet dhe proceset për zhvillimin e mënyrave alternative të përdorimit të njohurive në krijimin e avantazheve konkurruese.

- **Menaxhimi i ndërmarrësisë - Nivel i avancuar**

Qëllimet e lëndës: - Njohje të koncepteve themelore të ndërmarrësisë, startup proceseve, modeleve të biznesit, qëndrueshmërisë dhe financimit ndërmarrës. - Njohje të parimeve të menaxhimit si planifikimi, organizimi, udhëheqja dhe kontrolli brenda një konteksti ndërmarrës. - Aftësi për të menduarit strategjik, vendimmarrje dhe menaxhim të rrezikut siç zbatohet për bizneset ndërmarrëse. - Aftësi për të realizuar kërkime, për të analizuar të dhënat dhe për të aplikuar gjetjet në kontekst ndërmarrës. - Kapacitet për analizë kritike të rasteve studimore ndërmarrëse, tendencave dhe teorive. - Përvojë në mjedise bashkëpunuese dhe role udhëheqëse brenda projekteve ndërmarrëse.

- **Menaxhmenti strategjik global**

Kjo lëndë do t'i përgatisë studentët për të menduarit strategjik dhe vendimmarrje dhe shmangien e vendimeve ad-hoc. Kjo lëndë do të trajtohet në përcaktimin e misionit të kompanisë, etikës dhe përgjegjësisë sociale në menaxhimin strategjik, analizën e mjedisit të jashtëm dhe të brendshëm në vendimmarrjen strategjike, analizën dhe strategjinë e përzgjedhjes, analizën e zinxhirit të vlerës, analizën e qëllimeve dhe strategjive afatgjata të strategjitë e biznesit të kompanive shumëkombëshe, strategjitë e zbatimit dhe kontrollit, strategjitë e bizneseve të vogla, sipërmarrëse, strategjitë e organizatave jofitimprurëse, strategjitë në biznesin ndërkombëtar etj. Lënda do të trajtojë

gjithashtu modelet, mënyrat e vendimmarrjes në situata pasigurie, sigurie dhe rreziku. Të gjitha temat e këtij lënda do të zhvillohen në drejtim të një analize krahasuese të qasjeve të përdorura nga kompanitë që operojnë në pjesë të ndryshme të botës.

- **Sjellja e konsumatorëve - Nivel i avancuar**

Objektivat e programit dhe rezultatet e të nxënit për lëndën "Sjellja e Konsumatorëve-Nivel i Avancuar" janë të fokusuar në zhvillimin e kompetencave të specializuara në analizimin dhe aplikimin e teorive të sjelljes së konsumatorit. Këto objektiva dhe rezultate synojnë të përgatisin studentët për të kuptuar dhe ndikuar në vendimet e konsumatorëve në kontekste të ndryshme të marketingut.

- **Marketingu digjital**

Qëllimi i lëndës është të pajisë studentët me njohuri rreth përfitimeve që mund të kenë bizneset nga përdorimi i marketingut digjital dhe rëndësinë e tij për suksesin e organizimit të marketingut në një organizatë. Marketingu digjital paraqet vendin, ku marketingu e përdor internetin dhe format e tjera të reja të mediave. Ai përfshin reklamimin në internet dhe pjesëmarrjen në mediat sociale; media të ndryshme digjitale dhe mënyrën e krijimit të një përmbajtjeje të marketingut; si të optimizohet një ueb faqe si dhe optimizim të SEO; si dhe fitimi i njohurive themelore të Google Analytics për të matur efektet e marketingut digjital. Njohuritë, aftësitë dhe kompetencat e fituara do t'i ndihmojnë studentët ta hartojnë dhe vlerësojnë planin digjital të marketingut në mënyrë që të menaxhojnë në mënyrë efektive performancën e marketingut digjital.