



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

Study program

Menaxhimi bashkëkohor i ndërmarrjeve

Fakulteti	Biznesi dhe Ekonomia
Cikli i studimeve	Cikli i parë (Deridiplomike)
SETK	180
Numri në arkiv i akreditimit [180]	03-160/3
Vendimi për fillim me punë	17-1389 (20.05.2016)
Data akreditimit	31.03.2015

Përshkrimi i programit

Programi studimor “Menaxhimi bashkëkohor i ndërmarrjeve” paraqet kombinim të balancuar të njohurive teorike bazike dhe shkathtësive specifike profesionale. Struktura e këtij programi trevjeçar përmban studime, të cilat për nga natyra janë dinamike, integruese dhe interaktive. Programi është i dizajnuar të ofrojë qasje integrative të temave nga fusha e menaxhimit bashkëkohor të ndërmarrjeve, duke implementuar këtë koncept nëpërmjet programit mësimor dhe praktik. Lëndët që e përbëjnë këtë program paraqesin perspektiva, të cilat bazohen në teori që janë të lidhura ngushtë me zbatimin praktik në botën e biznesit. Ky program u mundëson studentëve të akumulojnë njohuri dhe përvojë rreth menaxhmentit, marketingut dhe financave në organizatat fitimprurëse dhe jofitimprurëse.

Gjatë programit trevjeçar studentët kanë mundësi për punë praktike në mënyrë që të aplikojnë njohuritë dhe aftësitë e fituara në këtë fushë. Puna praktike përfshihet në tërë ciklin e studimeve dhe është e detyrueshme. Rreth 50% të kohës së tyre studentët do të kryejnë punë praktike në kompani të specializuara për menaxhimin bashkëkohor të ndërmarrjeve, njëkohësisht do të avancojnë njohuritë dhe shkathtësitë e tyre praktike në përputhje me nevojat e tregut të punës dhe në mënyrë specifike për të përmbushur kërkesat e kompanive.

Karriera

Programi i menaxhimit bashkëkohor të ndërmarrjeve studentëve do t'u mundësojë:

- ngritjen e nivelit të menaxhimit dhe udhëheqjes së ndërmarrjeve dhe zhvillimin e menaxhimit bashkëkohor;
- aftësimin dhe krijimin e menaxherëve të profilit bashkëkohor: ndërmarrës, të gatshëm të ndërmarrin aksione dhe rreziqe të cilat lidhen me çdo iniciativë, persona fleksibilë, të vendosur dhe të guximshëm;
- edukim të menaxherëve të kualifikuar dhe profesionalë me aftësi udhëheqjeje dhe dëshirë për ballafaqim me sfidat e mileniumit të ri;
- krijimin e menaxherëve me qasje dhe mënyra të reja të të menduarit, zhvillimin e aftësive për parashikim të së ardhmes dhe pranim të sfidave dhe mundësive që i ofron e sotmja.

Rezultatet e të mësuarit

Njohuritë dhe të kuptuarit

- Disponon me njohuri të nevojshme rreth funksioneve afariste në vijim: marketing, ekonomizim,, menaxhim financash, modelim të biznesit, menaxhim me operacionet, lidhshëm ndërmarrës, menaxhim strategjik, të drejtë afariste dhe planifikim afarist;
- Disponon me njohuri rreth fushave funksionale të ndërmarrësisë, hulumtimeve të datës së fundit, inovacioneve, trendeve të ardhshme dhe ndikimit të këtyre gjërave në teorinë dhe praktikën e biznesit;
- Disponon me njohuri rreth gjendjes ekonomike nacionale, rajonale dhe globale;
- Disponon me njohuri rreth teorive, analizave dhe raportimeve financiare;
- Fiton bazë të fuqishme rreth nisjes së një biznesi dhe është i përgatitur për karrierë dhe studime pasdiplomike që kanë të bëjnë me menaxhimin e ndërmarrjeve, ndërmarrësisë etj.
- Disponon me njohuri rreth mjeteve të ndryshme për marrjen e vendimeve.

Aplikimi i njohurive dhe të kuptuarit

- Aftësi për shkrim profesional dhe zhvillim të mëtejshëm të planit personal të biznesit dhe realizim të tij në realitet;
- Aftësi për zbatimin e principeve të nevojshme në procesin e menaxhimit të suksesshëm të iniciativave të reja;
- Aftësi të ndihmojnë në formulimin dhe realizimin praktik të planeve dhe strategjive të marketingut, financave dhe menaxhimit të përgjithshëm.

Aftësitë për të vlerësuar

- Të mendojnë në mënyrë kritike dhe t'i aplikojnë njohuritë teorike dhe përvojën praktike në identifikimin dhe analizën e problemeve të biznesit;
- Në mënyrë kritike t'i analizojnë dhe t'i vlerësojnë mundësitë e identifikuar ndërmarrëse;
- Të përdorin racion dhe gjykimin strategjik në lidhje me aktivitetet që kanë të bëjnë me krijimin, zhvillimin dhe mbështetjen e modelit të duhur të biznesit.

Aftësitë e komunikimit

- Të demonstrojnë të kuptuarit e dinamikës individuale dhe grupore në ndërmarrje.
- Të funksionojnë në mënyrë efektive në punë ekipore;
- Të dijë t'i menaxhojnë në mënyrë efektive aktivitetet me njerëz me prejardhje të ndryshme sociale, ekonomike, kulturore dhe fetare;
- Të demonstrojnë kuptim dhe ndjeshmëri rreth përgjegjësisë etike, sociale dhe ligjore të ndërmarrjeve;
- T'i prezantojnë idetë e biznesit në mënyrë efektive;
- T'i demonstrojnë aftësitë kryesore për negociim;
- T'i interpretojnë të dhënat afariste dhe indikatorët ekonomik.

Aftësitë e të mësuarit

- Mund të kërkojnë dhe detektojnë burime të të mësuarit;
- Të aftësohen për mësim individual dhe ekipor;
- Të aftësohen për të bërë analiza të biznesit, të përdorin dhe të rishikojnë literaturën shkencore.

Lista e lëndëve

Semestri 1

- **Praktikë**
- **Konceptet e marketingut dhe komercializimi**
- **Hyrje në konceptet e biznesit**
- **Hyrje në kontabilitet**
- **Lëndë zgjedhore e lire 1**
- **Lëndë zgjedhore 1**

Semestri 2

- **Komunikimi afarist**
- **Praktikë**
- **Matematika e biznesit**

- Mikroekonomia dhe çmimet
- Lëndë zgjedhore e lire 2
- Lëndë zgjedhore 2

Semestri 3

- Matematika financiare
- Planifikimi dhe analiza financiare
- Kontabiliteti financiar
- Praktikë
- Lëndë zgjedhore e lire 3
- Lëndë zgjedhore 3

Semestri 4

- Analiza ststistikore për menaxherë
- Praktikë
- Menaxhimi i burimeve njerëzore
- Aftësitë profesionale të menaxhimit
- Lëndë zgjedhore 5
- Lëndë zgjedhore 4

Semestri 5

- Mbështejta sistimore e operacioneve
- Menaxhimi i ndryshimeve organizative
- Menaxhimi ndërmarrës
- Praktikë
- Lëndë zgjedhore 6
- Lëndë zgjedhore 7

Semestri 6

- Strategjitë për biznes ndërkombëtar
- Konsalting 'Capston' Projekti
- Strategjitë për menaxherë
- Praktikë
- Lëndë zgjedhore 8
- Lëndë zgjedhore 9

Description of courses

Lëndë obligative

- Praktikë

- **Konceptet e marketingut dhe komercializimi**

Qëllimi i lëndës është që studentët të njoftohen me konceptet themelore të cilat janë ndërtuar në funksionet e marketingut në organizatat bashkëkohore. Fokusi është vendosur në konceptet, si dhe në çështjet lidhur me marketingun e prodhimeve dhe shërbimeve të konsumatorëve. Në mënyrë më specifike, qëllimi është që studentët ta njohin mjedisin e marketingut nëpërmjet analizës së tregut, që pastaj të implementohen strategjitë e suksesshme të marketingut në atë mjedis. Studentët gjithashtu do të mund t'i implementojnë konceptet shkencore për dizajnimin e planit të marketingut për produktin e tyre. Kjo lëndë u mundëson studentëve të njoftohen me aktivitetet e ndryshme në fushën e marketingut, të cilat kontribuojnë që kompania të jetë më konkurrense dhe më e suksesshme në treg.

- **Hyrje në konceptet e biznesit**

Qëllimi i lëndës është që t'i njoftojë studentët me mjedisin e jashtëm dhe të brendshëm të kompanisë. Megjithatë, vëmendje do t'i kushtohet funksionit financiar, marketingut, menaxhimit dhe organizimit të ndërmarrjes. Përveç kësaj,

do të trajtohet ndikimi i kompanisë në bashkësinë në të cilën vepron. Studentët do të fitojnë njohuri për shpjegimin e problemeve themelore ekonomike, për kuptimin e marrëdhënieve në mes të burimeve të kufizuara, vlerave, përfitimeve dhe pasurive, kuptimin e marrëdhënieve kohezive midis mikro dhe makro ekonomisë. Duke diskutuar objektivat dhe instrumentet e makroekonomisë studentët duhet të kuptojnë dhe të shpjegojnë ciklet ekonomike; ata debatojnë rreth marrëdhënieve ekonomike ndërkombëtare, etj, si dhe për ndikimin e tyre mbi biznesin.

- **Hyrje në kontabilitet**

Qëllimi i programit është t'i ndihmojë studentët për të kuptuar thelbin e kontabilitetit, për të mësuar bazat e kontabilitetit financiar si dhe konceptet dhe parimet e kontabilitetit. Në mënyrë të veçantë, studentët mund të fitojnë njohuri dhe kuptim mbi pasqyrat financiare, komponentet e tyre, rregullat themelore të kontabilitetit, përdorimin e dokumenteve të kontabilitetit.

- **Komunikimi afarist**

Qëllimi i lëndës është që t'i njoftojë studentët me konceptin e komunikimit afarist. Kohëve të fundit kompanitë gjithnjë e më shumë i aplikojnë teknikat e komunikimit afarist si mjet kryesor për t'iu përgjigjur konkurrencës në tregun global. Kjo lëndë është një përpjekje për të përmirësuar aftësitë e komunikimit të studentëve si në aspektin teorik, ashtu edhe në atë praktik në një mjedis organizativ me punonjësit dhe menaxherët, gjatë mbledhjeve, intervistave; si të përgjigjen gjatë intervistimit, negocimit dhe motivimit të rrethit.

- **Praktikë**

- **Matematika e biznesit**

Qëllimi i lëndës është që studentët të aftësohen për: - zbatimin e sistemit të ekuacioneve lineare për zgjidhjen e problemeve të biznesit dhe ekonomisë; - zbatimin e njohurive të tyre mbi modelet lineare dhe vargjet e shumta në zgjidhjen e problemeve të ndryshme në biznes dhe ekonomi; - fitimin e njohurive të avancuara në përlllogaritjen e shkallës së ndërlëkuar të kamatës, depozitave periodike, rentave periodike, huave dhe vendimeve financiare.

- **Mikroekonomia dhe çmimet**

Lënda është menduar të sigurojë njohuri bazike rreth fenomeneve ekonomike dhe terminologjisë globale, universale të mikroekonomisë. Përcillen dhe analizohen qasjet teorike që mundësojnë ardhjen deri te zgjidhjet aplikative të problemeve që kanë të bëjnë me prodhimin, këmbimin dhe organizimin në ndërmarrje, degë apo tregje përkatëse.

- **Matematika financiare**

Qëllimi i kësaj lënde është që studentët të fitojnë: njohuri themelore të matematikës financiare të parapara në këtë program; njohuri të gjerë në fushën e matematikës financiare dhe zbatimin e tyre në praktikë.

- **Planifikimi dhe analiza financiare**

Qëllimi i kursit është transferimi i njohurive të nevojshme teorike dhe aftësive të studentëve në fushën e menaxhimit financiar, si dhe trajnimi i studentëve me njohuri bashkëkohore teorike dhe praktike dhe përvojën e analizës së koncepteve themelore të kompanive të financave, projekteve financiare dhe reale për investime dhe vlerësimi i tyre përmes dimensionit kohor të parasë. Qëllimi i lëndës vazhdon me trajnimin e studentëve se si të përdorin burime adekuate të financimit, menaxhim efikas të kapitalit dhe përcaktimin e strukturës së duhur, përcaktimin e politikës adekuate të shpërndarjes së fitimit - politikës së dividendit dhe finalizohet me planifikimin financiar dhe parashikimin, etj. Arritja e objektivave të synuara të lëndës, studentëve u krijon mundësi të reja për qasje konkurruese në tregun e punës ose menaxhim efikas të bizneseve të tyre reale.

- **Kontabiliteti financiar**

Qëllimi i lëndës është t'i pajisë studentët me njohuri të avancuara në fushën e kontabilitetit dhe zbatimin e tyre në sistemin e kontabilitetit të subjekteve afariste.

- **Praktikë**

- **Analiza statistikore për menaxherë**

Qëllimi i programit është që studentët të fitojnë njohuri që të jenë në gjendje: - ta përdorin analizën përshkruese me analizën e të dhënave; - ta përdorin probabilitetin dhe variablat e rastit në zgjidhjen e problemeve të biznesit; - ta

kuptojnë përmbylljen statistikore e cila është bazë për interpretimin e rezultateve dhe marrjen e vendimeve të biznesit, - ta përdorin korrelacionin, regresionin e thjeshtë dhe të shumëfishtë; - t'i mësojnë bazat e analizës së variantit; - t'i kuptojnë bazat e numrave index dhe metodat e analizës së serive kohore.

- **Praktikë**

- **Menaxhimi i burimeve njerëzore**

Qëllimi i lëndës është që t'u ndihmohet studentëve ta kuptojnë rëndësinë e menaxhimit të burimeve njerëzore në organizatat bashkëkohore të biznesit. Në kuadër të kësaj lënde studentët do të fitojnë njohuri lidhur me menaxhimin e procesit të burimeve njerëzore si në teori ashtu edhe praktikën e kompanive ndërkombëtare dhe vendore.

- **Aftësitë profesionale të menaxhimit**

Qëllimi i lëndës është që studentët të njoftohen me konceptet themelore të cilat janë ndërtuar në funksionet e marketingut në organizatat bashkëkohore. Fokusi është vendosur në konceptet, dhe në çështjet lidhur me marketingun e prodhimeve dhe të shërbimeve të konsumatorëve. Në mënyrë më specifike, qëllimi është që studentët ta njohin mjedisin e marketingut nëpërmjet analizës së tregut, që pastaj të implementohen strategjitë e suksesshme të marketingut në atë mjedis. Studentët gjithashtu do të mund t'i implementojnë konceptet shkencore për dizajnimin e planit të marketingut për produktin e tyre. Kjo lëndë u mundëson studentëve të njoftohen me aktivitetet e ndryshme në fushën e marketingut, të cilat kontribuojnë që kompania të jetë më konkurrense dhe më e suksesshme në treg.

- **Mbështetja sistemore e operacioneve**

Qëllimi i lëndës është që studentët të fitojnë njohuri që: - të përgatisin dhe të marrin vendime që do të realizonin prodhim dhe shërbime, - të përgatisin dhe të marrin vendime që kontrollojnë prodhimin dhe shërbimet, - të gjejnë qasje adekuate për të zgjidhur çdo situatë lidhur me çështjet komplekse të prodhimit dhe të shërbimeve; - të realizojnë aktivitete të ndryshme të organizimit dhe funksionimit të menaxhimit operativ të tërë sistemit; - të përgatisin dhe të marrin vendime që krijojnë kushtet për prodhim dhe shërbime.

- **Menaxhimi i ndryshimeve organizative**

Qëllimi i lëndës është t'i njoftojë studentët me rëndësinë dhe rolin e menaxhimit, me ndryshimet organizative në organizatat e biznesit bashkëkohor. Në kuadër të kësaj lënde studentët do të mësojnë për procesin e menaxhimit të ndryshimeve në aspektin teorik, si dhe në praktikën e kompanive ndërkombëtare dhe vendore.

- **Menaxhimi ndërmarrës**

Qëllimi i lëndës është t'i ndihmojë studentët ta kuptojnë rëndësinë dhe thelbin e funksionimit dhe organizimit të ndërmarrjeve të vogla në ekonomi dhe menaxhimin e tyre të suksesshëm gjatë procesit të zhvillimit.

- **Praktikë**

- **Strategjitë për biznes ndërkombëtar**

Qëllimi i lëndës është që studentët të kuptojnë dallimin në mes krijimit global, mirëmbajtjes dhe modifikimit në krahasim me strategjitë ndërkombëtare në aspektin e biznesit ndërkombëtar; të kryejnë SWOT analizë për kompani të ndryshme ndërkombëtare dhe të jenë në gjendje të njohin tregje të reja globale; ta kuptojnë thelbin e biznesit global ndërkombëtar dhe ta dinë përdorimin e komunikimit global, të përcaktojnë dhe të përdorin strategji për vlerësimin e ndërmarrjeve të përbashkëta (Joint Venture), të njohin unifikimin dhe blerjen e kompanive të ndryshme në mënyrë që të fitohet qasje në tregjet e reja etj.

- **Konsalting 'Capston' Projekti**

Qëllimi i lëndës është t'u ofrojë studentëve mundësinë për të zgjidhur problemet reale të biznesit në kompanitë e përzgjedhura, me zgjedhjen e tyre, në një ekip të studentëve 3-4, në kohëzgjatje 3-4 muaj. Nxënësit do të punojnë së bashku si një ekip konsultimi në një kompani dhe do të kërkojnë zgjidhje për problemet e saj. Puna e studentëve do të vihet në përdorim nga kompania. Ekipet studentore do të zhvillojnë analizat dhe rekomandimet e tyre në dy afate dhe do ta përfundojnë projektin duke dorëzuar një raport përfundimtar dhe duke bërë prezantimin për udhëheqjen e kompanisë.

- **Strategjitë për menaxherë**

Lënda synon t'i pajisë studentët me vlerësimin dhe implementimin e elementeve kryesore të analizave strategjike,

duke zgjedhur strategjinë e duhur në kuadër të planit fleksibil, dhe synon të nxisë të menduarit për problemet që lidhen me zbatimin e strategjisë së formuluar.

- **Praktikë**

Lëndë zgjedhore

- **Shkrimi dhe analiza e biznes planit**

Qëllimi i lëndës është të tregojë se si të përgatiten dhe ndërmerren vendimet e planifikuara mbi objektivat, politikat dhe planet e bazuara në parakushtet për planifikim efektiv dhe cilësor. Mes tyre, vëmendje të veçantë meritojnë: parashikimi, sistemi i informacionit, metodologjia e planifikimit, organizimi i planifikimit, metodat për planifikim dhe menaxhimi i projekteve.

- **Etika menaxheriale dhe menaxhimi me stejkholderë**

Lënda synon të zhvillojë njohuri të përgjithshme teorike rreth përgjegjësisë korporative shoqërore në ekonomitë moderne dhe të analizojë reflektimin e përgjegjësisë korporative shoqërore për operacionet e përgjithshme të kompanisë. Lënda fokusohet në mënyrën se si menaxherët mund të zbatojnë strategji efektive që lidhen me qëndrueshmërinë e korporatave dhe me përgjegjësinë shoqërore korporative.

- **E drejta afariste dhe e drejta e punës**

Qëllimi i lëndës është që studentët të fitojnë njohuri themelore në fushën e biznesit dhe të drejtës për punësim. Lënda duhet t'u ndihmojë studentëve që teorikisht dhe praktikisht të njihen me punën e kompanive pa të cilën nuk mund të imagjinohet tregtia dhe marrëdhëniet, të drejtat e detyrimit e punëtorëve. Pas përfundimit të lëndës, studentët duhet të jenë në gjendje ta dinë organizimin dhe funksionimin e kompanisë, aktivitetet e tyre, të drejtat dhe detyrimet, falimentimin dhe likuidimin e kompanisë. Gjithashtu, studentët duhet të njihen me letrat me vlerë, pronësinë intelektuale e kështu me radhë.

- **Zhvillimi dhe komercializimi i prodhimit të ri**

Qëllimi i programit është t'i ndihmojë studentët për të kuptuar natyrën dhe shtrirjen e vendimeve në lidhje me zhvillimin dhe komercializimin e një produkti të ri / të shërbimit, të përdorin teknika të përshtatshme cilësore dhe sasiore për vendimmarrje lidhur me zhvillimin dhe komercializimin e një produkti të ri / të shërbimit, të trajtohen për të vlerësuar strategjinë e propozuar të produktit të ri në aspektin e kornizës së tyre etike dhe fizibilitetit. Po ashtu, studentëve u mundësohet interpretimi i zgjidhjes së re të propozuar (produkti / shërbimi) dhe implementimi e zhvillimi i argumenteve përkatëse të balancuara për propozimet e reja.

- **Makroekonomia**

Qëllimi i lëndës është që studentët të fitojnë njohuri për: - termet dhe kategoritë makroekonomike, të cilat janë parakusht për funksionimin e një ekonomie nacionale e cila është pjesë e një sistemi të zgjeruar ekonomik global; - rëndësinë e indikatorëve kryesorë makroekonomikë siç janë: bruto prodhimi kombëtar, të ardhurat kombëtare, rritja ekonomike, ciklet ekonomike, investimet dhe harxhimet publike, inflacioni, papunësia, paratë dhe bankat, buxheti, bilanci i pagesave etj.; - instrumentet themelore të analizës makroekonomike (oferta dhe kërkesa agregate) dhe politikat makroekonomike (politika monetare dhe fiskale) etj.; - funksionimin efikas të një ekonomie kombëtare, krahasuar me ekonomitë bashkëkohore të tregut, duke evidentuar në atë drejtim dallimet, ngjashmëritë dhe mundësitë për zhvillimin e ardhshëm të ekonomisë përkatëse. - njohuri nga fusha e makroekonomisë, e cila do të mundësojë qasje më të lehtë në lëndë të tjera të avancuara makroekonomike.

- **Kontabiliteti dhe analiza e kostos**

Qëllimi i lëndës është të aftësojë studentët për të marrë vendime në lidhje me zgjedhjen e kurseve të ardhshme të veprimit duke vlerësuar alternativat e përzgjedhura në bazë të kostove të tyre, përfitimeve e rreziqeve. Sa më shumë të jetë e mundur lënda fokusohet në aplikimin praktik të analizës së kostos dhe tatimeve. Pritet që lënda të pajisë studentët me aftësitë analitike kyçe për procesin e planifikimit për të ardhmen dhe vlerësimin e performancave të kaluara.

- **Tatimet vendore dhe ndërkombëtare**

Objekti kryesor i lëndës është t'i pajisë studentët me njohuritë bazë në fushën e tatimeve dhe t'i njohin mekanizmat e funksionimit të sistemit tatimor në një ekonomi të tregut në vendin tonë dhe jashtë vendit.

- **Menaxhimi dhe organizmi i projektit**

Qëllimi kryesor i lëndës është t'i fusë studentët në botën e projekteve moderne dhe të njihen konfrontimin e tyre, pastaj t'i dinë mundësitë dhe sfidat e jetës reale ekonomike në krijimin e projekteve të përshtatshme të nevojshme reale. Objektivat specifike të lëndës: - si të arrihet deri te përcaktimi i projektit (duke përdorur disa faza) dhe duke theksuar rolin e rëndësishëm të menaxherit të projektit; - kuptimi i nevojës-lëmit të veprimit-aktivitetit për realizimin - kompleksitetin e projektit modern etj.; - trajnimi i studentit se si t'i aplikojë mjetet dhe teknikat moderne të menaxhimit bashkëkohor të projektit gjatë transformimit të një nevoje apo një ideje krijuese në projektin e duhur real të dokumentuar; - si të jenë të inventiv dhe më konkurrues në tregun e punës.

- **Lidershipi ekzekutiv**

Lënda ka për qëllim të sigurojë bazë mbi motivimin si dhe kuptimin mbi zhvillimin e lidshmit, duke u ofruar studentëve një bazë teorike, informacion praktik dhe një mundësi për vetëvlerësim që do të mundësonte zhvillimin e talentit drejtues të studentëve.

- **Reklamimi, promovimi i shitjes dhe ekspozimi**

Qëllimi i lëndës është t'i njohë studentët me procesin e promovimit të aspektit teorik dhe menaxherial. Më konkretisht, qëllimi është: t'i zhvillojë aftësitë e studentëve për t'i mësuar dhe për të aplikuar komponentët promovimit edhe atë: reklamimin, shitjen personale, promovimin e shitjes dhe marrëdhëniet me publikun; të zhvillojë aftësitë e studentëve për të qenë të ndjeshëm ndaj çështjeve ligjore dhe etike që lidhen me promovimin; të dinë që me informacionin që e kanë dispozicion të bëjnë një strategji promovuese.

- **Hulumtimi i tregut dhe konkurrenca**

Qëllimi i lëndës është që t'u mundësojë studentëve të kuptojnë marrëdhëniet midis hulumtimit të tregut dhe vendimmarrjes, duke u njoftuar me proceset që përdoren në formulimin dhe zbatimin e hulumtimit të tregut. Gjithashtu, studentët do t'i kuptojnë kushtet e tregut në të cilat hulumtimi drejtohet dhe zbatohet duke përfshirë metodologjinë e përdorur në analizën e tregjeve. Do të përfshihet edhe një gamë e teknikave dhe metodave sasiore dhe cilësore të cilat janë në dispozicion gjatë hulumtimit të tregut, duke përfshirë zbatueshmërinë dhe kufizimet e tyre.

- **Menaxhimi i marrëdhënieve me konsumatorët**

Qëllimi i lëndës është t'i njoftojë studentët nga afër me bazat e menaxhimit të marrëdhënieve me konsumatorët (CRM) dhe përdorimin e teknologjisë në menaxhimin me konsumatorët. Lënda do t'i njoftojë studentët me konceptet CRM, me funksionalitetin e profesionistëve organizatat e të cilëve përdorin CRM ose dëshirojnë të kenë kuptim të rolit të CRM në menaxhimin e shërbimeve. Njëpërmjet lëndës studentët do të kuptojnë faktorët kryesorë që ndikojnë në suksesin e CRM.

- **Planifikimi i resurseve të ndërmarrjes (ERP)**

Qëllimi i lëndës është që studentët të njoftohen me sistemin e planifikimit të burimeve në ndërmarrje (ERP). Bëhet fjalë për softuerin i cili është i aplikueshëm në të gjitha fushat e organizatës, duke përfshirë kontabilitetin dhe financat, burimet njerëzore, shitjen dhe shpërndarjen, prodhimin, furnizimin dhe inventarin. Ky është një sistem që është ndërfunksional, i orientuar kah procesi, në kohë reale, dhe bazohet në praktikën më të mirë në industri, nga shërbimet deri tek prodhimi.

- **Menaxhimi i riskut**

Pas përfundimit të ligjëratave, studentët duhet të jenë të aftë: - të identifikojnë dhe të kategorizojnë burime të ndryshme të riskut; - ta dizajnojnë procesin e menaxhimit të riskut; - ta kuptojnë rëndësinë të cilën menaxhmenti me riskun e ka për aksionarët dhe stejkholderët tjerë; - të kryejnë matje dhe vlerësim të riskut me shfrytëzimin e teknikave modeleve përkatëse (var, skenar-analiza, stres testi etj.).

- **Menaxhimi i prodhimit dhe cilësisë**

Lënda është një përpyetje për të bërë një analizë të detajuar të teknikave të IGC dhe më teorive IGC. Gjithashtu, lënda fokusohet në dhënien e një pasqyre reale të gjendjes së IGC në Maqedoni, problemet dhe mundësitë e aplikimit të teknikave të IGC në mënyrë më efektive.

- **E- tregtia**

Qëllimi i lëndës është që studentët t'i kuptojnë dhe t'i aplikojnë konceptet e tregtisë elektronike (e-tregtisë); të identifikohen nevojat e biznesit për t'u adaptuar në ndryshimet e vazhdueshme në mjedis, të identifikohet rëndësia e inkorporimit të teknologjisë informative në proceset kyçe të biznesit, duke e përmirësuar efikasitetin e tyre operativ rrjedhës, të transformohen në dobi konkurruese; të zhvillohen plane strategjike, administrative dhe operative të bizneseve të reja ose të përmirësohet planifikimi i përhershëm me teknologjitë ekzistuese; të shpjegohen: rritja e tregtisë elektronike deri më sot, termi biznes-konsumator dhe modeli biznes-biznes, njëpërmjet shfrytëzimit të teorive

të rëndësishme të biznesit, menaxhmentit dhe shkencave shoqërore; të shqyrtohen: interaksioni mes trendeve teknologjike dhe kontekstit social të biznesit në e-biznes, përfshirë këtu edhe difuzionin e rrjeteve sociale dhe ngjarjet ueb 2.

- **Menaxhimi i investimeve**

Lënda u përcjell studentëve njohuri teorike dhe shkathtësi praktike në sferën e investimeve dhe të vendimeve për investime në ndërmarrjet në vend dhe në botën bashkëkohore. E gjithë kjo arrihet përmes një shqyrtimi të veçantë të analizës së investimeve me theks në format dhe motivet e ndryshme të investimeve dhe të procesit të investimeve, të vlerësimit të fizibilitetit të projekteve të investimit deri në vendimin e investimeve të tyre. Gjithashtu, lënda synon të sjellë metoda moderne për përcaktimin dhe zgjedhjen më të efektshme të projekteve reale të investimeve që do të kontribuojnë në arritjen e rezultateve më pozitive financiare; analizën e praktikave bashkëkohore dhe tendencat për kategori delikate e menaxhimit ekonomik në investime vitet e fundit dhe proceset investuese. Këto çështje u mundësojnë studentëve qasje më të lehtë për sipërmarrje biznesi, mundësi për të marrë përsipër menaxhimin e financave në biznesin e tyre familjar, ose qasje më të lehtë te punëdhënësi.

- **Menaxhimi i dijes në ndërmarrje**

Qëllimi i lëndës është që të sigurojë një bazë të fortë për të mbuluar çështjet kryesore, sfidat, konceptet dhe teknikat që lidhen me menaxhimin e dijes (MD). Qëllime të veçanta të lëndës janë: të kuptuarit e koncepteve themelore në studimin e dijes dhe krijimit të saj, përfaqësimin, shpërndarjen, përdorimin dhe ripërdorimin, vlerësimin e rolit dhe përdorimin e njohurive në organizata dhe institucione, si dhe pengesat tipike që MD ka për qëllim t'i tejkalojë; prezantimin e koncepteve themelore, metodat, teknikat dhe mjetet për mbështetjen kompjuterike të MD; kuptim mbi aplikimin dhe integrimin e komponentëve dhe funksioneve adekuate në sisteme të ndryshme të MD; vlerësimin kritik të trendeve aktuale në MD dhe manifestimin e tyre në biznes dhe industri.