



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

Study program Marketing

Fakulteti	Biznesi dhe Ekonomia
Cikli i studimeve	Cikli i dytë (Pasdiplomike)
SETK	120
Kodi	N-MBAMAR120C
Titulli	Magjistër i shkencave ekonomike - Drejtimi: Marketing
Numri në arkiv i akreditimit [120]	03-621/9
Vendimi për fillim me punë	03-1619/20 (18.12.2017)
Data akreditimit	21.03.2017

Përshkrimi i programit

Qëllimet e programit janë:

- Ngritja e nivelit të administrimit dhe të udhëheqjes së ndërmarrjes dhe zhvillimi i menaxhmentit bashkëkohor;
- Aftësi dhe ndërtimi i menaxherëve të profilit bashkëkohor: sipërmarrës, të gatshëm të ndërmarrin aksione, por edhe rreziqe të cilat ndërlidhen me çdo iniciativë, fleksibile, persona të vendosur dhe të guximshëm;
- Arsimimi i menaxherëve me kualifikim të lartë dhe profesionistë me aftësi lideri dhe dëshira për t'u ballafaquar me sfidat e mileniumit të ri;
- Krijimi i menaxherëve me pikëpamje të reja dhe me mënyra, po ashtu të reja, të të menduarit, zhvillimi i aftësive për parashikimin e të ardhmes dhe pranimi i sfidave dhe mundësive, të cilat i ofron biznesi në shekullin 21.

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 informohen dhe të kontribuojnë në elaboratet shkencore dhe profesionale.

Rezultatet e të mësuarit

Njohuritë dhe të kuptuarit

- Llogaritja e agregatëve themelorë makroekonomikë dhe analiza kritike e politikave aktuale makroekonomike.
- Dhënia e mendimit kritik për politikën zhvillimore dhe aplikimi i tyre në ekonominë kombëtare.

Aplikimi i njohurive dhe të kuptuarit

- Aftësi për të diagnostifikuar zhvillimet aktuale të tregut, parashikimi i tendencave të këtyre zhvillimeve dhe analiza e efekteve dhe e masave të politikës ekonomike mbi lëvizjet e tregut.

Aftësitë për të vlerësuar

- Të jenë në gjendje të përfshihen në pozita udhëheqëse në organizatat fitimprurëse dhe jofitimprurëse në vend dhe nëpër botë.
- Analiza e proceseve të përgjithshme të zhvillimit ekonomik në botë dhe veçanërisht në proceset e tranzicionit, rajonalizimit dhe globalizimit të trendeve botërore ekonomike.

Aftësitë e komunikimit

- Mundësia e zhvillimit të aftësive personale, komunikimit, hulumtimit dhe fitimi i aftësive të tjera të rëndësishme të cilat janë të nevojshme për punësim.
- Mundësia që studentët të angazhohen në mënyrë aktive në ligjërata dhe të kryejnë hulumtime të pavarura në të gjitha fushat e biznesit dhe ekonomisë.

Aftësitë e të mësuarit

- Zhvillimi i konceptit i mendimit kritik të studentëve.
- Mundësia e përvetësimit të aftësive hulumtuese dhe përvojës për menaxhim, marketing dhe financa publike, në organizatat private dhe jofitimprurëse.

Lista e lëndëve

Semestri 1

- [MCBA1018] [6.0 SETK] **Financat për menaxherë**
- [MCBA1011] [6.0 SETK] **Ekonomia e avancuar**
- [6.0 SETK] **Menaxhmenti strategjik i avancuar**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore e lirë**

Semestri 2

- [EMBA01] [6.0 SETK] **Menaxhimi i marketingut - niveli i avancuar**
- [EMBA02] [6.0 SETK] **Marketing hulumtues**
- [MCBA1022] [6.0 SETK] **Sjellja konsumatore**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore e lirë**

Semestri 3

- [BE0101] [6.0 SETK] **Metodologjia e hulumtimit**
- [BE0102] [6.0 SETK] **Shërbimet e marketingut të avansuar**
- [BE0103] [6.0 SETK] **Marketingu ndërkombëtar i avansuar**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore**

Semestri 4

- [MCMT4010] [30.0 SETK] **Punimi i magjistraturës**

Description of courses

Lëndë obligative

- **Financat për menaxherë**
Lënda ka për qëllim t'u ofrojë studentëve njohuri teorike dhe praktike në fushën e menaxhimit me financa të

subjekteve afariste. Lënda ofron një afërsi të mjaftueshme të studentit (si menaxher potencial) me informacionet financiare me qëllim t'u mundësojë atyre analizimin dhe interpretimin e raporteve financiare si dhe marrjen vendimeve të mundshme investive dhe financiare. Gjithashtu kjo lëndë ka për qëllim edhe të zhvillojë shkathtësi të vlerësimit të subjekteve afariste, të menaxhimit me forma të ndryshme të financimit të veprimtarisë afariste si dhe parashikimin dhe vendimmarrjen investuese tani dhe në të ardhmen.

- **Ekonomia e avancuar**

Kjo lëndë përbëhet prej dy pjesëve: mikroekonomisë dhe makroekonomisë. Në kuadër të mikroekonomisë studiohet sjellja e konsumatorit në kuadër të ekzistimit të buxhetit të kufizuar dhe funksionimit të tij të plotë – maksimalizimi i shfrytëzueshmërisë, sjellja e ndërmarrjes në strukturat e ndryshme tregtare dhe roli dhe funksioni i tyre – maksimalizimi i profitit. Në mikroekonomi studiohen edhe faktorët dhe çmimet e tyre dhe roli i shtetit në rregullimin e bizneseve dhe të segmenteve të pasuksesshme të tregut. Makroekonomia e studion funksionimin e ekonomisë në tërësi. Në këtë kontekst vëmendja është fokusuar në madhësitë më të rëndësishme makroekonomike: në prodhimin bruto të vendit, në inflacion, papunësi, kursim, investime, kursin devizor e kështu me radhë. Vëmendje e posaçme u kushtohet faktorëve të cilët e prishin baraspeshën makroekonomike në periudhë afatshkurtër dhe afatgjatë dhe natyrës e karakterit të politikave të rëndësishme makroekonomike, nëpër të cilat tentohet që prodhimi bruto faktik i vendit të afrohet aq sa është e mundshme me lëvizjen e prodhimit bruto potencial të vendit.

- **Menaxhmenti strategjik i avancuar**

Qëllimi i lëndës në studimet postdiplomike është që studentët t'i thellojnë njohuritë e tyre në fushën e menaxhmentit strategjik, nëpërmjet analizave konkrete të ngjarjeve në Republikën e Maqedonisë dhe në vende të tjera të botës. Në këtë drejtim lënda ka për qëllim që t'i përpunojë në mënyrë më detajore të gjitha temat më relevante në drejtimin e menaxhmentit strategjik si dhe ato të plotësohen edhe me shembuj praktikë nga organizata të ndryshme të biznesit.

- **Menaxhimi i marketingut - niveli i avancuar**

Lënda ka për qëllim t'i përgatisë studentët që t'i aplikojnë dhe t'i zbatojnë strategjitë e marketingut në praktikat e kompanive, menaxhimin me mjedisin e marketingut, tregun dhe segmentimin e tregut, kërkimet e tregut, sjelljet e konsumatorëve, gjeo-marketingun, marketing guerilën, e-marketingun, si dhe menaxhimin me elementet e marketing miksit të një organizate apo kompanie, ashtu që ato do të jenë në gjendje të bëjnë dizajnimin optimal të elementeve të marketing miksit, si ato të produktit, çmimit, promovionit dhe metodave bashkëkohore të shpërndarjes dhe shitjes me të cilat ballafaqohen kompanitë. Si zgjidhje e rëndësishme të problemeve të marketingut dhe kompanive kyçet analiza e situatave, zbatimi i kujdesshëm i informatave nga hulumtimet si dhe parimet e marketingut. Qëllimi i lëndës është që të kuptohet ndërlikueshmëria e vendimeve të menaxhimit të marketingut, si dhe kufizimet e analizave të tregjeve, blerësve, konkurrencës si dhe integritit të konceptit me planin origjinal të marketingut.

- **Marketing hulumtues**

Qëllimi i lëndës është: 1. Fitimi i njohurive dhe aftësive për kryerjen e pavarur të projekteve kërkimore të marketingut; 2. Njohja e fazave të ndryshme të procesit të hulumtimit-kërkimit të marketingut; 3. Njohja e metodave kualitative të hulumtimit në marketing; 4. Njohja e metodave sasiore të hulumtimit në marketing; 5. Njohja e metodave dhe instrumenteve të veçanta hulumtuese të marketingut miksi;

- **Sjellja konsumatore**

Sjellja konsumatore është një lëndë e avancuar që fokusohet në kuptimin dhe menaxhimin e marrëdhënies konsumator - marketer. Lënda shqyrton konceptet dhe teoritë e shkencave shoqërore dhe i përdor që t'i kuptojë konsumatorët dhe t'i zhvillojë, t'i vlerësojë dhe t'i zbatojë strategjitë efektive të marketingut. Materiali do të përfshijë mësimin mbi konsumatorin, perceptimin, kujtesën, motivimin, besimin dhe sjelljen, vendimmarrjen në konsum, kënaqësinë, grupet referabile dhe sjelljet konsumatore, sjelljen konsumatore të familjeve, klasën sociale dhe me të ardhura, sub-kulturën adulte, kulturën dhe sjelljen konsumatore, etikën dhe përgjegjësinë sociale në sjelljen konsumatore.

- **Metodologjia e hulumtimit**

Kjo lëndë fokusohet në një spektër të gjerë të metodave të studimit, të cilat mund të shfrytëzohen në kuadër të të gjitha shkencave shoqërore. Vëmendje u kushtohet metodave sasiore, po ashtu edhe cilësore të studimit. Kjo lëndë u dedikohet atyre të cilëve kanë nevojë për zbatimin e hulumtimeve shoqërore, si pjesë e studimeve të tyre akademike.

- **Shërbimet e marketingut të avansuar**

Qëllimet e lëndës janë studentëve t'u ndihmohet të fitojnë njohuri të aspekteve unike dhe sfidat e natyrshme në

marketingun dhe menaxhimin e ofrimit të shërbimeve apo ofertave të tjera të paprekshme. Gjithashtu, lënda u mundëson zhvillimin e aftësinë për të menduar në mënyrë kritike dhe strategjike për mundësitë dhe problemet që lindin në industrinë e shërbimit dhe për t'i aplikuar ato koncepte në menaxhimin e marketingut për të formuluar zgjidhje të problemeve. Më pas analizën e procesit të shërbimeve rëndësinë e tij si dhe detektimin dhe gjetjen e faktorëve kritikë që ndikojnë në suksesin dhe përmisimin e kualitetit të shërbimeve, nga analizat dhe hulumtimet e ndryshme të tregut. Gjithashtu ta kuptojnë rëndësinë që ka klienti në këtë industri, të krijojnë marrëdhënie të mira me klientët dhe gjithmonë të tentojnë t'i plotësojnë nevojat-dëshirat dhe kërkesat e klientëve si dhe t'i vlersojnë klientët luajalë.

- **Marketingu ndërkombëtar i avansuar**

Përmes lëndës marketingu i avansuar ndërkombëtar studentët do të fitojnë njohuri për marketingun ndërkombëtar. Nga kjo lëndë studentët do të fitojnë njohuri të avancuara në fushën e marketingut ndërkombëtar. Rëndësi e vecantë u kushtohet faktorëve ndikues siç janë: kultura, mjedisi social, mjedisi politik, burimet njerëzore dhe marketingu global, segmentimi i tregut, elementet e marketing miksit e të tjera.

- **Punimi i magjistraturës**

Pas dhënies së provimeve, studenti mund të fillojë me procedurën e paraqitjes, përgatitjes së punimit dhe mbrojtjes publike të temës së magjistraturës. Studenti zgjedh mentorin, me udhëzimin e të cilit e përgatit aplikimin e tezës së magjistraturës. Aplikimi patjetër duhet të lejohet nga Këshilli-mësimor- shkencor i fakultetit. Pas punimit të versionit final të tezës së magjistraturës, Këshilli mësimor-shkencor formon komision tre anëtarësh, i cili përgatit raport, me të cilin pranohet ose refuzohet teza e magjistraturës. Raporti pozitiv miratohet nga Këshilli mësimor-shkencor dhe caktohet dita e mbrojtjes publike. Pas kryerjes me sukses të mbrojtjes studenti pajiset me diplomë – Magjistër i shkencave ekonomike / Drejtimi: Marketing.

Lëndë zgjedhore

- **Statistika aplikative**

Përmes kësaj lënde studentët do t'i kuptojnë dhe do t'i zbatojnë elementet e statistikës deskriptive, teorinë e gjasës së ndjekur me gjasën dhe shpërndarjen e kopjeve, llogaritjen e parametrave shpërndarëse, llogaritjen dhe kontrollimin e hipotezave statistike, testimin e hipotezave, analizën e variantit, analizën lineare dhe analizën e serive kohore, regresionin dhe korrelacionin e thjeshtë linear.

- **Promocioni**

Qëllimi i kësaj lënde është që t'i njoftojë studentët me procesin e promovimit të aspekteve teorike dhe menaxheriale. Konkretisht, qëllimi është: - T'i zhvillojë aftësitë e studentëve për të mësuar dhe për t'i zbatuar komponentët e promovimit miks: reklamat, shitjen individuale, promovimin e shitjes dhe marrëdhëniet me publikun. - T'i zhvillojë aftësitë e studentëve për të qenë të ndjeshëm ndaj çështjeve ligjore dhe etike që lidhen me promovimin. - Të përdoren informacionet për nevojat e tyre për të bërë një strategji promovuese Parakushte për të regjistruar këtë lëndë: Parimet e marketingut;

- **Menaxhimi i përgjithshëm i cilësisë**

Qëllimi i lëndës është t'i aftësojë studentët që ta kuptojnë thelbin e menaxhmentit të cilësisë së tërësishme, rëndësinë dhe anët pozitive të shfrytëzimit. Në kuadër të kësaj lënde, do të mësohet ajo se çka paraqet cilësi tek prodhimet dhe shërbimet, por edhe pasojat e cilësisë së dobët dhe përfitimet nga cilësia e mirë. Më tutje, do të mësohen drejtimet dhe teoritë e menaxhmentit të cilësisë së tërësishme, duke filluar nga autorët klasikë, perëndimorë dhe japonezë. Lëndë e mësimi do të jenë elementet e menaxhmentit të cilësisë së tërësishme. Po ashtu do të analizohen edhe teknikat më të rëndësishme të lidhura me menaxhmentin e cilësisë së tërësishme dhe kriteret e nevojshme për shpërblimet më të rëndësishme të cilësisë në botë.

- **Teoria e lojës**

Lënda synon ta përmirësojë aftësinë strategjike vendimmarrëse të studentëve në situata konkurruese në të cilën vlerësimi i tyre për rezultatin e një veprimi varet jo vetëm nga zgjedhjet që bëjnë ata, por edhe nga zgjedhjet e bëra nga të tjerët. Në përqendrohemi në një metodë analitike e cila rrjedh nga teoria e lojës dhe e cila ofron një kornizë rigorozë analitike për strukturimin e situatave konkurruese, identifikimin e alternativave, duke zgjedhur mes tyre. Qasja themelore do të jetë thyerja e kompleksitetit në copa, përdorimi i mjeteve lojëra teorike për të analizuar pjesët dhe pastaj grumbullimi i pjesëve në një kuptim logjik koherent. Qëllimi ynë është që studentët të bëhen krijuar më të mirë strategjikë vendim-marrës kur të përballen me sfidat konkurruese. Objektivat tona kryesore do të jenë përdorimi i koncepteve të teorisë së lojës dhe i mjeteve për identifikimin, diagnostifikimin dhe analizimin e sfidave konkurruese

me të cilat përballen firmat në industri dinamike dhe zbatojnë konceptet e teorisë së lojës dhe mjetet e zhvillimit të strategjive për përparësinë konkurruese. E gjithë kjo do të bëhet duke analizuar lojëra të ndryshme.

- **Strategjia e eksportit dhe politika e konkurrencës**

Lënda i njofton studentët me ndikimin e strategjive eksportuese dhe me politikën e konkurrencës në trendet e ardhshme zhvillimore të ekonomive kombëtare dhe në aftësinë e subjekteve ekonomike në qasjen konkurruese në ekonominë ndërkombëtare. Përmbajtja e shkurtër e lëndës: nevoja e strategjisë së përfshirjes në MEO, strategjitë eksportuese rajonale, strategjitë eksportuese të orientuara në vendet në zhvillim, strategjitë specifike të vendeve të industrializuara, determinantat e strategjisë eksportuese të kompleksit agro-industrial të Maqedonisë.

- **Dizajni dhe menaxhimi i produktit**

Qëllimi i lëndës është t'i përgatisë studentët të përdorin dhe t'i menaxhojnë teknikat e metodat për hartimin dhe kontrollin e produkteve dhe të shërbimeve dhe të jenë në gjendje t'i aplikojnë ato në kompanitë e biznesit. Si objektivi i kësaj lënde do të jetë analizimi i: - Kapacitetit prodhues, vetë-përcaktimit të qendrës së prodhimit dhe sistemit të njësisë të produkteve dhe të shërbimeve; - Planifikimit agregat të prodhimit dhe orari i tyre; - Monitorimit dhe kontrollit të procesit të prodhimit; - Parashikimit të nevojave; - Menaxhimit të inventarit; - Programit të prodhimit. - Kualitetit të prodhimit; - Menaxhimit të efikasitetit të ndërmarrjes; - Menaxhimit të ekonomisë;

- **Menaxhimi i çmimeve**

Qëllimi i lëndës është që të sigurojë një kuptim të thellë të çështjeve të menaxhimit të çmimit të mallrave, ilustrimin e rolit të çmimeve dhe të menaxhimit të produktit në arritjen e objektivave të menaxhimit, duke treguar marrëdhënien ndërmjet çmimeve dhe menaxhimit të produktit në kontekstin e marketingut mix. Lënda u mundëson studentëve përmirësimin e aftësive menaxhuese për planifikimin strategjik të çmimeve.

- **Sjellja organizative**

Qëllimi i lëndës është t'u ndihmojë studentëve ta kuptojnë sjelljen e punëtorëve dhe menaxherëve në vendin e tyre të punës dhe sjelljet, por edhe pasojat nga sjellja e tillë. Në kuadër të kësaj lënde shqyrtohen aspektet, siç janë: motivimi i të punësuarve, kënaqësia e të punësuarve nga puna, puna ekipore, dizajni i vendeve të punës dhe format e ndryshme të dizajnit, disa aspekte të rëndësishme të stilit të menaxhimit dhe liderishipit, kultura organizative, fuqia dhe autoriteti në organizatë e kështu me radhë.

- **Sistemi i distribuimit dhe shitjet**

Në këtë lëndë fokusohen: determinimi i sistemit bashkëkohor të shpërndarjes si instrument i marketingut, bartësit dhe format organizuese në shpërndarje, marrëdhëniet midis pjesëmarrësve në shpërndarje, faktorët të cilët ndikojnë në zhvillimin e shpërndarjes, rregullimi i sistemit të shpërndarjes, pastaj shitja, metodat dhe mënyrat bashkëkohore të shitjes. Gjithashtu, në fokus janë edhe prezantimi i elementeve të tregut dhe institucionet e tij nga aspekti i ndikimit të tyre në realizimin e qarkullimit, por edhe zgjedhja e lokacionit përkatës si faktor i realizimit të aktiviteteve të qarkullimit. Me rëndësi të dorës së parë janë shitja me shumicë dhe shitja me pakicë me të gjitha aspektet e rëndësishme të realizimit të aktiviteteve të tyre, pastaj çështjet lidhur me harxhimet, marzhat – rabatin dhe formimin e çmimit të shitjes me pakicë; formulimi dhe zhvillimi i politikës tregtare; njohja praktike e teknikave të punës tregtare: puna furnizuese, depozituese, puna transportuese e të tjera.

- **Retorika**

Retorika, përgjatë historisë së vet prej mbi 2500 vjeçare, retorika shfrytëzohet për shënjimimin e shumë gjërave, por sot me retorikë kuptojmë artin e bindjes nëpërmjet të gjuhës. Retorika shënon mënyrën në të cilën një individ ndërlihet me një ide apo një ide me qëllim ta bindë tjetrin. Retorika karakterizohet me disa tipare kryesore dalluese. E përkufizon qendrën nga e cila, kjo lëmi, zbulohet. Retorika më së pari I përkufizon situatat e caktuara tipike të të folurit.

- **Multilingualizmi dhe multikulturalizmi**

Qëllimi i kësaj lënde është shqyrtimi i shumëgjuhësisë në shoqëritë multikulturore, si fenomen social. Ky fenomen është masiv në mbarë botën. Gjatë ligjëratave në mënyrë më të thuktë do të shqyrtohen termat: monokulturalizëm, shumëkulturalizëm, multikulturalizëm. Do të sqarohet nocioni nacionalizmi lingvistik, ku do të theksohet se të paktën ka dy forma të këtij nacionalizmi, ku njëra formë përplaset me tjetrën: për udhëheqësit e vendeve më të fuqishme nacionalizmi ka domethënien e zgjerimit, kurse për pakicat ai merr formën e rezistencës dhe të luftës për afirmimin e identitetit, përballë një presionit të tillë. Vend të shquar në program do të ketë edhe multikulturalizmi në arsim. Në shkollë për multikulturalizmin angazhohen për programe mësimore që përfshijnë përmbajtje që u përkasin kulturave të ndryshme.

- **Kapituj të zgjedhur të avancuar nga aplikacionet e TI për përpilimin e një punimi shkencor**

Qëllimi i kësaj lënde është: T'u tregojë studentëve elementet teknike, struktura e tekstit dhe dizajni i një punimi shkencor. T'u mundësojë studentëve të fitojnë njohuri më të thelluara dhe shkathtësi nga kapitujt e zgjedhur të aplikacioneve TI që do t'u duhen për përpunimin e punimeve shkencore e profesionale. Zbatimi praktik i këtyre objektivave, gjatë përpunimit të punimit individual shkencor.

- **Kapituj të zgjedhur të avancuar nga aplikacionet për përpunimin statistikor të të dhënave**

Qëllimi i kësaj lënde është: T'u tregohen studentëve elementet teknike nga lëmi i statistikës: organizimi, përpunimi, krahasimi përmes analizave dhe publikimi i të dhënave. T'u mundësojë studentëve të përfitojnë njohuri dhe shkathtësi më të përparuara nga kapitujt e zgjedhur të avancuar të aplikacioneve për përpunimin statistikor të të dhënave. Zbatimi praktik i këtyre objektivave në përpunimin statistikor të të dhënave të marra nga pyetësorët, kontributet, studimet shkencore dhe dokumentet tjera.

- **Komunikimi profesional**

Lënda fokusohet në zhvillimin e atyre shkathtësive të komunikimit që janë thelbësore për funksionimin efektiv në botën profesionale. Studentët do ta mësojnë procesin e analizimit të një shumëllojshmërie situatash të komunikimit dhe t'u japin përgjigje adekuate po atyre. Ndër temat që do të përfshihen janë: komunikimi në organizata, komunikimi ndërpersonal dhe grupor, prezantimet gojore, intervistat për punësim, letrat profesionale të biznesit, si dhe shkathtësitë ndërpersonale, duke përfshirë dinamikën e grupit dhe punën ekipore.

- **Tregu i punës**

Qëllimi kryesor i lëndës "Tregu i punës" është t'i pajisë studentët e studimeve të ciklit të dytë me njohuritë bazë dhe njohuritë e thelluara në fushën e teorisë të tregut të punës, pastaj me mekanizmin e funksionimit të tij në ekonominë e tregut. Lënda "Tregu i punës" ka si mision t'u ofrojë dhe t'u mësojë studentëve kategoritë, ligjet dhe parimet kryesore me të cilat funksionon tregu i punës. Lënda u bën një analizë të hollësishme mënyrës së sjelljes dhe rolit që luajnë agjentët kryesorë të tregut të punës: individëve, firmave dhe qeverisë. Analiza mbështetet në dy kategoritë themelore: të kërkesës për punë dhe të ofertës së punës, të cilat gjejnë aplikim pothuajse në të gjitha temat që trajtohen në këtë lëndë. Njohuritë e përfituara nga studentët në këtë lëndë shërbejnë si bazë teorike themelore e domosdoshme për të kuptuar e përvetësuar teoritë dhe politikat e ndryshme që aplikohen në tregun e punës. Lënda synon që studentët të kuptojnë se si tregjet e punës shpërndajnë dhe përdorin në mënyrë efikase faktorin e rrallë të prodhimit, punën. Leksionet përfshijnë njohuri të koncepteve të kërkesës për punë e të ofertës së punës dhe aplikimit të tyre praktik; sjelljen e individëve në tregun e punës për të maksimizuar dobishmërinë e tyre; sjelljen e firmave në tregun e punës që synojnë maksimizimin e fitimit; rolin e qeverisë në tregun e punës, strukturat e ndryshme të tregjeve të punës: tregu i punës në konkurrencë të plotë, monopoli në tregun e punës, monopsoni në tregun e punës, roli i sindikatave në tregun e punës, monopoli bilateral në tregun e punës. Leksionet dhe diskutimet në klasë mbulojnë materiale të cilat mund të mos jenë në libër dhe disa aspekte të materialeve që përfshihen në librin bazë nuk do të diskutohen në klasë, por i lihen studimit aktiv të studentit. Prandaj studenti, për të garantuar suksesin në përvetësimin sa më të mirë të lëndës, duhet të jetë i pranishëm në leksion dhe seminar duke marrë pjesë në mënyrë aktive në diskutimin e problemeve të ndryshme që lidhen me tregun e punës.

- **Metodologjia e mësimdhënies**

Qëllimi i lëndës është t'i njoftojë studentët me qasjet themelore dhe metodat e mësimdhënies. Pritet që studentët të fitojnë njohuri dhe shkathtësi për përdorim të mjeteve për mësimdhënie aktive. Gjithashtu, lënda ofron qasje ndaj zhvillimit, mësimdhënies dhe të nxëniet si koncepte, si dhe ndaj normave themelore të cilat mësimdhënësve do t'u mundësojnë të ligjërojnë mbi zhvillimin e mendimit. Përmes kësaj lënde, studentët do të përfitojnë bazë teorike dhe strategji, me çka do të mund ta zhvillojnë të menduarit e tyre kritik, si dhe të menduarit kritik të studentëve.

- **Filozofia e shkencave shoqërore**

Kjo lëndë përfshin pajisjen e studentëve me informata që do t'u mundësojnë atyre përfitimin e diturive, shkathtësive dhe kompetencave në shkencat shoqërore, përfshirë metodologjinë e punës (sqarim, teoretizim, testim), aplikim të filozofisë (në veçanti individualizmi kundrejt kolektivizmit), natyra e racionalitetit, si dhe historia e teorisë dhe koncepteve. Ky modul ofron studim të avancuar të debateve aktuale lidhur me ontologjinë, metodologjinë dhe synimet e shkencave shoqërore. Lënda do të përqendrohet në çështjet qendrore të shkencave shoqërore: etno-metodologjia, evolucioni, fenomenologjia, racionaliteti, relativizmi, metodat shkencore, interpretime tekstuale. Rezultat e të mësuarit: Pas përfundimit të suksesshëm të lëndës, studentët do të jenë në gjendje: Ta kuptojnë qëllimin e shkencave shoqërore si dhe dallimin në mes të të sqaruarit dhe të kuptuarit të sjelljes njerëzore. T'i sqarojnë qasjet e ndryshme në shpjegimin e shkencave shoqërore në krahasim me shkencat shoqërore, specifikat e të qenit qenie njerëzore dhe fenomenet sociale. T'i kuptojnë strukturat sociale, praktikat, normat institucionet etj. si dhe relacionet në mes individëve dhe strukturave më të gjera shoqërore. Ta sqarojnë mbështetjen jo vetëm në fakte për individët dhe gjendjet e tyre mentale, por gjithashtu edhe rastet në të cilat fenomenet shoqërore nuk mundet të sqarohen përmes sjelljeve individuale.

- **Menaxhimi i projekteve**

Me përfundimin e suksesshëm të lëndës, studentët do të jenë në gjendje: Të planifikojnë aktivitetet e nevojshme për zbatimin e projektit, të identifikojnë ndërvarësitë e tyre, kohëzgjatjen si dhe kostot e tyre; Të përgatisin raportet e nevojshme dhe të kryejnë të gjitha komunikimet e nevojshme ndërmjet projektit dhe klientit, si dhe në mes të anëtarëve të ekipit dhe të aktorëve të tjerë; Të strukturojnë projektin dhe aktivitetet e tij përbërëse; Të përgatisin një Gantt-tabelë dhe një plan të rrjetit për projektin dhe të identifikojnë kohën më të shkurtër të nevojshme për të përfunduar projektin; Të përdorin MS Project si një mjet në procesin e planifikimit, zbatimit dhe rishikimit të projektit; Të përcaktojnë projektin, të identifikojnë lëminë dhe objektivat e tij, si dhe të zhvillojnë specifikat e projektit;

- **Metodat e optimizimit**

Qëllimi i kësaj lënde është që t'i prezantojë teknikat e modelimit dhe të optimizimit me qëllim të aftësisë të studentëve në zhvillimin e modeleve të cilat shfrytëzohen për zgjidhjen e problemeve reale në lëmin e shkencave kompjuterike. Në mes tjerash kjo lëndë ka për qëllim ta analizojë rëndësinë e faktorizimit matricor si një mjet shumë i rëndësishëm që ofron modalitete për optimizimin e zgjidhjes së algoritmeve të ndryshme numerike me interes bazik për zgjidhjen e problemeve të ndryshme nga sfera e shkencave kompjuterike. Nëpërmjet kësaj lënde studentët do të kenë mundësi t'i mësojnë teorinë bazike të optimizimit edhe metodat për caktimin e optimumit. Do të analizohen metodat e ndryshme të optimizimit sikurse që është simpleks metoda, problemi i dualitetit si dhe sensitiviteti i problemeve të programimit linear. Qëllimi, po ashtu, është analiza e zbatimit kompjuterik të secilit problem të analizuar duke ofruar edhe modelin përkatës për optimizim.

- **Çështjet etike dhe e drejta në teknologjitë e informacionit (TI)**

Qëllimet e lëndës: Të zhvillon kuptueshmërinë për gjendjen reale në relacionet mes kompjuterëve, ndryshimeve të teknologjisë, shoqërisë dhe ligjit; Të vejë në pah rolin e fuqishëm që kompjuterët dhe profesionistët e kompjuterëve kanë në shoqërinë e teknologjisë; Të ofron të kuptuarit e çështjeve legale që janë relevante për lëminë e kompjuterizimit; Të ofron të kuptuarit e koncepteve etike që janë me rëndësi për shfrytëzuesit e kompjuterëve dhe profesionistët; Të kontribuon në arritjen e eksperiencës së nevojshme në shqyrtimin e çështjeve etike dhe zgjidhjen e dilemave etike.

- **Mbrojta e të drejtave të njeriut**

Qëllimi i kësaj lënde është: të njoftohen studentët me konceptin e të drejtës ndërkombëtare të të drejtave të njeriut, zbatimin e këtyre të drejtave në praktikë, ndikimin e tyre në krijimin e politikave nacionale, të nxiten studentët të mendojnë në mënyrë kritike për raportin mes të drejtës ndërkombëtare dhe asaj nacionale, të vetëdijësohen për ngjarjet aktuale ndërkombëtare, si ndikojnë ato në jetën e përditshme të njerëzve në botë, ti nxisë studentët ta japin kontributin e tyre në sferën e përgatitjes së ligjeve për mbrojtjen e të drejtave të njeriut, me shpresë se ata që sjellin vendime do i marrin parasyshtë në procesin e krijimit dhe zbatimit të politikave shtetërore.