



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

Study program Marketing (2012/2013)

Fakulteti	Biznesi dhe Ekonomia
Cikli i studimeve	Cikli i dytë (Pasdiplomike)
SETK	120
Titulli	Magjistër i shkencave ekonomike / Drejtimi: Marketing
Numri në arkiv i akreditimit [120]	16-1190/3
Data akreditimit	18.10.2012

Përshkrimi i programit

Qëllimet e programit janë:

- Ngritja e nivelit të administrimit e të udhëheqjes së ndërmarrjes dhe zhvillimi i menaxhmentit bashkëkohor;
- Aftësimi 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 me dëshira për t'u ballafaquar me sfidat e mileniumit të ri;
- Krijimi i menaxherëve me pikëpamje të reja dhe mënyra 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

Njohuritë dhe të kuptuarit

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

Aplikimi i njohurive dhe të kuptuarit

- Aftësi për të diagnostifikuar zhvillimet aktuale të tregut, për parashikim të tendencave të këtyre zhvillimeve dhe analiza e efekteve 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 e aftësive të tjera të rëndësishme të cilat janë të nevojshme për punësim.
- Mundësia që studentët në mënyrë aktive të angazhohen në ligjërata dhe të kryejnë hulumtime të pavarura në të gjitha fushat e biznesit dhe ekonomisë.

Aftësitë e të mësuarit

- Zhvillimi i konceptit i të menduarit 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

- [6.0 SETK] **Metodologjia e hulumtimit**
- [6.0 SETK] **Ekonomia e avancuar**
- [6.0 SETK] **Menaxhmenti strategjik**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore 1**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore e lirë 1**

Semestri 2

- [6.0 SETK] **Kërkimet e tregut**
- [6.0 SETK] **Menaxhimi i marketingut**
- [6.0 SETK] **Sjellja konsumatore**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore 2**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore e lirë 2**

Semestri 3

- [6.0 SETK] **Marketingu i shërbimeve**
- [6.0 SETK] **Marketingu ndërkombëtar**
- [6.0 SETK] **Sistemi i distribuimit dhe shitjet**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore 3**
- [6.0 SETK] **Lëndë zgjedhore 4**

Semestri 4

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

Description of courses

Lëndë obligative

- **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.

- **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, si dhe sjellja e ndërmarrjes në strukturat e ndryshme tregtare dhe roli e funksioni i tyre – maksimalizimi i profitit. Në mikroekonomi studiohen edhe faktorët dhe çmimet e tyre, si dhe roli i shtetit në rregullimin e bizneseve e 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: prodhimin bruto të vendit, inflacionin, papunësinë, kursimin, investimet, kursin devizor e kështu me radhë. Vëmendje e posaçme u kushtohet faktorëve të cilët e prishin baraspeshën makroekonomike në periudhë afatshkurtër dhe afatgjatë, si dhe natyrën dhe karakterin e politikave të rëndësishme makroekonomike, nëpër të cilat tentohet që prodhimi bruto faktik i vendit të afrohet aq sa është e mundur me lëvizjen e prodhimit bruto potencial të vendit.

- **Menaxhmenti strategjik**

The course objective is to train the students to understand the decision-making process, that is as future managers, how to effectively make good business decisions. The course content enables the students to approach the Basics of the System Approach, System Analysis, Information Theory, Information System Theory, which are researched more widely in the following academic years. Decision making is an essential part of the managerial profession. Through performing tutorials with practical examples, students practice individual and team work. By doing so they are approaching the organizational reality and are becoming equipped for proper solving of the business problems

- **Kërkimet e tregut**

Studimi i nevojave të informacioneve të marketingut dhe të burimeve përfshin grumbullimin dhe zgjerimin e të dhënave primare dhe sekondare. Këtu përfshihet edhe përkufizimi i problemit, dizajni i studimit, teknikat provuese, grumbullimi dhe analiza e të dhënave, por edhe pasqyra e përgjithshme e metodave për matjen e reagimeve të klientëve, për karakteristikat e projektit, efektivitetin e reklamimit dhe devizat tjera promovuese.

- **Menaxhimi i marketingut**

Qëllimi i lëndës është që studentët t'i pajisë me dije në lidhje me udhëheqjen e aktiviteteve të marketingut, rrethin e marketingut dhe me rëndësinë që ka ky rreth në punën e organizatave. Përveç kësaj përmes kësaj lënde studentët mësojnë të elaborojnë politikën e produktit, të çmimeve, ditribuimin, promovimin dhe vendimmarrjen, të cilën e bëjnë menaxherët në lidhje me këto politika. Gjithashtu, elaborohen strategjitë, të cilat i shfrytëzojnë menaxherët, por edhe pasojat nga ato strategji, planifikim – marketingu, marketing – taktikat dhe marketing – kontrollet.

- **Sjellja konsumatore**

Sjellja konsumatore është një lëndë e avancuar që fokusohet në të kuptuarit dhe menaxhimin e marrëdhënies konsumatorë – marketer. Lënda shqyrton konceptet dhe teoritë e shkencave shoqërore dhe përdoret për të kuptuar konsumatorët edhe për të zhvilluar, për të vlerësuar dhe për të zbatuar strategjitë efektive të marketingut. Materiali do të përfshijë të mësuarit mbi konsumatorin, perceptimin, kujtesën, motivimin, besimin dhe sjelljen, vendimmarrjen në konsum, kënaqësinë, grupet referabile dhe sjelljet konsumatore, sjelljen konsumatore të familjeve, shtresën sociale dhe me të ardhura, sub-kulturën adulte, kulturën dhe sjelljen konsumatore, etikën dhe përgjegjësinë sociale në sjelljen konsumatore.

- **Marketingu i shërbimeve**

Qëllimi i lëndës është të prezantohen aspektet teorike dhe aplikative të marketingut, si p.sh definicionet, e marketingut të shërbimeve, karakteristikat të cilat ndikojnë në shërbime, strategjitë e marketingut për kompanitë shërbuese të orientuara në përmirësimin e kualitetit të shërbimeve etj.

- **Marketingu ndërkombëtar**

Marketingu ndërkombëtar është një ndër disiplinat më të reja shkencore të ekonomisë afariste, e cila nga këndi specifik i vëzhgon dhe i analizon aktivitetet ndërkombëtare të marketingut të ndërmarrjes. Në kuadër të kësaj lënde studiohen fenomenet dhe proceset e shumta, të cilat sot janë të pranishme në ekonominë botërore dhe të cilat vënë në pah se qasjet tradicionale ngadalë, por me hapa të sigurt zënë vend në histori. Në vendin e tyre lind bota, e cila ekonomikisht është në ndërvarësi dhe e cila nuk njeht kurrfarë kufijsh politikë, të cilët me një fjalë quhen shtete. Me mësimin e materies fitohen njohuri se të gjithë parametrat ekonomikë patjetër duhet të orientohen në drejtimin, në të cilin zhvillohet ekonomia ndërkombëtare dhe tregu botëror. Njohuritë e fituara nga marketingu ndërkombëtar dhe zbatimi i tyre në praktikë do të na afrojnë me ndërmarrjet e suksesshme dhe vendet e suksesshme, të cilat dinë se

ç'duan nga burimet e veta dhe ekonomitë e veta në kontekst me tregun botëror.

- **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.

- **Punimi i magjistraturës**

Pas dhënies së provimeve, studenti mund të fillojë me procedurën e paraqitjes, 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 çka 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' kuptojnë dhe do t'i zbatojnë elementet e statistikës deskriptive, teorinë e gjasës të ndjekur me gjasën dhe shpërndarjen e kopjeve, llogaritjen e parametrave shpërndarëse, llogaritjen dhe kontrollimin e hipotezave statistike, testimin e hipotezave, analizën e variantit, analiza lineare dhe analizën e serive kohore, regresionin dhe korrelacionin e thjeshtë linear.

- **Promocioni**

Qëllimi i kësaj lënde është që t'i njoftoj studentët me procesin e promovimit të aspekteve teorike dhe menaxheriale. Konkretisht, qëllimi është: - T'i zhvillojë aftësitë e studentëve për të mësuar dhe për të zbatuar komponentët e promovimit miks: reklamat, shitjen individuale, 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. -Për të përdorur informacionin për nevojat e tyre për të bërë një strategji promovuese

- **Menaxhimi i cilësisë së tërësishme**

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

- **Retorika**

Retorika, përgjatë historisë së vet prej mbi 2500 vjeçare, retorika shfrytëzohet për shënjimin e shumë gjërave, por sot me retorikë kuptojmë artin e bindjes nëpërmjet të gjuhës. Retorika shënon mënyrën në të cilën një individ ndërlidhet 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.

- **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 nxënit 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.

- **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 përplasat 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 përparura 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.

- **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 objektiv i këtij kursi do të jetë analizimi i: * Kapacitetit prodhues, vetë-përcaktimit të qendrës së prodhimit dhe sistemit të njësisive 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;

- **Teoria e lojës**

Lënda synon ta përmirësojë aftësinë strategjike vendim-marrëse 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. Ne përqendrohemi në një metodë analitike e cila rrjedh nga teoria e lojës dhe e cila ofron një kornizë rigoroze 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 krijues 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.

- **Menaxhimi i korporatave**

Qëllimi i lëndës është t'i pajisë studentët me njohuri rreth rrjedhave të gjithmbarshme të administrimit të korporatave bashkëkohore, me tendencë që njohuritë teorike botërore të ndërliqhen me realitetin e funksionimit të shoqatave aksionare në Republikën e Maqedonisë. Në kuadër të kësaj lënde do të përfshihen aspektet siç janë: korniza e përgjithshme teorike për korporatat dhe llojet e korporatave, pronësia ndaj korporatave dhe ndarja e tyre, mënyra e funksionimit të bordit të drejtorëve, roli dhe detyrimet e bordit të drejtorëve në procesin e sjelljes së vendimeve kryesore në kuadër të korporatës, mënyra e funksionimit të bordit të drejtorëve në kuadër të sistemit të administrimit korporativ në Republikën e Maqedonisë.

- **Strategjitë e eksportit dhe politika e konkurrencës**

Lënda i njofton studentët me ndikimin e strategjive eksportuese dhe politikën e konkurrencës ndaj trendeve të ardhshme zhvillimore të ekonomive kombëtare dhe ndaj aftësisë së 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, determinantet e strategjisë eksportuese të kompleksit agro-industrial të Maqedonisë.