

Emri i Lëndës : Menaxhimi i Marrëdhënieve me Klientin							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
IMC 222	B	Pranverë	3.00	0.00	0.00	3.00	5.00
Lektori		Ana Kekezi, PhD					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Bachelor					
Përshkrimi		Kjo lëndë synon të theksojë rëndësinë e marrëdhënieve me klientët si një domosdoshmëri për suksesin e kompanive dhe organizatave që operojnë në tregje të ndryshme. Lënda synon të ofrojë njohur mbi parimet themelore që përfshihen në menaxhimin e marrëdhënieve me klientin..					
Objektivat		Objektivat e lëndës përfshijnë ofrimin e njohurive rreth bazave të marrëdhënieve me klientin të cilat përfshijnë: a) sjelljen e klientëve, marketingun e marrëdhënieve, kënaqësinë e klientit, besnikërinë, etj. Lënda synon që tu ofrojë studentëve njohuri për ndikimin që kanë konceptet e marrëdhënieve me klientin në suksesin e shitjeve.					
Konceptet Kryesore							
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Hyrje në konceptet dhe njohja me menaxhimin e marrdhenieve me klientin. Prezantimi i literaturës dhe burimeve bazë të lëndës, prezantimi i syllabus dhe mënyrës së vlerësimit dhe detyrave ku do angazhohen studentet						
2	Sistemet automatike te marketingut dhe CRM/Menaxhimi i Mardhenieve me Klientin						
3	Vlera e Klientit/ Vlera per Kompanine/Zinxhiri kenaqesi-besnikeri-fitim/zgjerimi i konceptit te vleres se klientit						
4	Marketingu tradicional/transaksional (TM) vs. marketingut te marrdhenies (RM)/ Konceptet, ngjashmerite dhe ndryshimet/Format organizative te RM						
5	CRM strategjike, zhvillimi dhe Elementet e saj/Ndryshimet qe percakton Konsumatori /Perfitimi i menaxhimit te klientit /Programet e besnikerise						
6	CRM strategjike- Pjesa 2, Proceset, Zbatimi, Kriteret e Vleresimit, Karakterisitikat/ Propozimi i vleres, Strategjia e Klientit, Menaxhimi i aktoreve te interesit						
7	Menaxhimi i fushates CRM, Fazat, Identifikimi i klientit te synuar, zhvillimi strategjise se komunikimit, kanalet mediatike, buxheti						
8	Provimi gjysmefinal						
9	CRM ne kanalet e marketingut, Strategjite e CRM ne kanale, Llojet e kanaleve te marketingut ne CRM						
10	Sherbimet ndaj Klientit, Elementet, Automatizimi i Sherbimit/ Kerkesat e Klientit ndaj organizates, Faktoret per implementim te suksesshem te CRM-se						
11	CRM ne funksion te bindjes ndaj klientit, Modelet e aplikuara, Aplikimi i bindjes dhe taktikave te saj/Principet e psikologjise se konsumatorit						
12	Media Sociale ne Menaxhimin e Mardhenies me Klientin-CRM, Aplikimi dhe Impakti						
13	Perfitimet e Menaxhimit te Mardhenieve me Klientin/Planifikimi per sukses						
14	Perfitimet e Menaxhimit te Mardhenieve me Klientin/Implementimi						

15	E ardhmja e Menaxhimit te Mardhenieve me Klientin		
16	Provimi final		
Parakushtet		Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.	
Literatura		• Kumar, V dhe Reinartz, W (2018) Customer Relationship Management (3d Edition), Springer • Buttle, F. dhe Maklan, S. (2015) Customer Relationship Management (3d Edition), Routledge.	
Referenca të tjera		• Roger J. Baran , Robert Galka, Daniel P. Strunk , “Principles of Customer Relationship Management”, South-western College Pub, 2007	
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat			
1	Në përfundim të lëndës studentët do të kenë përfituar njohuri në lidhje me teoritë dhe praktikat kryesore në fushën e menaxhimit të marrëdhënieve me klientin.		
2	Studentët do të jenë në gjendje të kuptojnë rëndësinë e CRM në një kompani, si dhe ndikimin në suksesin e biznesit.		
3	Do te aftesohen me shprehi praktike për procesin e meaxhimit të marrëdhënieve me klientin dhe rolin që luan koordinimi i departamenteve të ndryshme brenda kompanisë.		
Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme		Sasia	Përqindja
Gjysmë finale		1	20
Kuize		1	3
Projekte		1	5
Projekte semestrale		1	10
Punë laborator		0	0
Pjesëmarrja në mësim		1	2
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			40
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			60
Total			100
Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)			
Aktivitetet	Sasia	Kohëzgjatja (orë)	Ngarkesa Totale (orë)
Kohëzgjatja e kursit (Duke përfshirë edhe javën e provimeve : 16x Orët totale të kursit)	16	3	48
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	5	70
Detyra	2	0	0
Gjysmë finale	1	8	8
Provimi final	1	8	8
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			134
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			5.36
ECTS			5.00