

Master Shkencor në “**Marketing i Ushqimit dhe Biznesi Digjital**”
(120 ECTC, 2 vite akademike, me kohë të plotë) – Diplome Duale me DEIM,
Universiteti i Tuscias Viterbo, Itali.

Profili profesional

Ky program ka për qëllim t’i ofrojë kandidatëve kompetencat e nevojshme teorike dhe praktike, për të ushtruar funksionin e specialistit të kërkimit në fushën e marketingut të ushqimeve, jo vetëm pranë bizneseve të llojeve e madhësive të ndryshme në sektorin e ushqimeve, por edhe si promotorë/sipërmarrës të rinj në start-up-et që mund të krijohen në kontekstin e zinxhirit të ushqimit. Më konkretisht, pjesëmarrësit në këtë program studimi do të kenë mundësi:

1. Të ndërmarrin projekte kërkimore në fushën objekt studimi me qëllim që të ndihmojnë vendimarrjen në drejtim të cdo aspekti të marketingut.
2. Të studiojnë kontekstet, specifikat dhe qasjet analitike në të cilat bizneset ushqimore zhvillojnë aktivitetin e tyre me synimin për t’i asistuar ato në procesin e hartimit të strategjive të marketingut e komunikimit, si edhe për të ofruar perspektiva zhvillimi për të ardhmen.
3. Të analizojnë aspektet kryesore të marketingut të ushqimeve që i referohen problematikave sikurse janë sjellja e konsumatorit; menaxhimi i produktit - cilësisë, pozicionimit e diferencimit të tij, markës, paketimit, etiketimit dhe garancive; kanaleve të shpërndarjes e sistemeve të tregtimit me shumicë dhe pakicë; instrumentave të promocionit dhe çmimeve me synimin për të fuqizuar si aktivitetin marketues të organizatave përkatëse, ashtu edhe aftësinë e tyre konkurruese në treg.
4. Të fitojnë njohuri teorike dhe praktike mbi marketingun digjital dhe të shërbejnë si promotorë për të përditësuar e zgjeruar hapësirën e përdorimit të tij në aktivitetin e marketingut të sektorit të ushqimeve.

Modulet kryesore të trajtuara përgjatë studimeve të këtij programi:

Kurrikula e programit të studimit merr parasysh objektivat formues dhe kompetencat shkencore që duhet të ofrojë një program studimi Master Shkencor në “Marketingu i Ushqimit dhe Biznesi Digjital”. Studendët e angazhuar në kete program e studimi zhvillojnë gjithsej 17 module nga të cilët 16 të detyrueshme dhe një me zgjedhje nga 3 module opsion. Konkretisht, kurrikula përbëhet nga 2 (dy) Lëndë Bazë me nga 6 kredite secila (në total 12 kredite); nga 10 Lëndë Karakterizuese po me 6 kredite secila (në total 60 kredite); 5 (pesë) Lëndë ndërdisiplinore integruese, nëndisiplina, profile dhe lëndë me zgjedhje të ofruara nga institucioni me 4 ose 5 kredite (në total 22 kredite) dhe njohuri të tjera të formuese, si **Praktika Profesionaleme 12 kredite** dhe provimi i formimit/**teza e diplomës me 14 kredite**. Duke qenë se programi Master Shkencor në “Marketingu i Ushqimit dhe Biznesi Digjital” ofrohet si një program dual me Universitetin e Tuscias, Viterbo, Itali, ju japin mundësi studentëve të përzgjedhin nëse do t’i ndjekin ato në FEA- UBT apo DEIM – Universiteti i Tuscias

Kurrikula e studimeve është strukturuar në përputhje me VKM Nr. 41, Dt. 24/01/2018 dhe me konkretisht:

a. Formim i përgjithshëm – 12 kredite

1. Kërkim Marketing (baza)
2. Metodologji Kërkimi

b. Formim baze karakterizues – 60 kredite

1. Drejtim Marketingu
2. Zinxhiri i vlerës në industrinë ushqimore
3. Menaxhimi i Shitjeve
4. Marketing Nderkombetar

5. Kërkim i Zbatuar në Marketing
6. Marketingu i shitjes me shumicë dhe pakicë të ushqimeve
7. Sjellje konsumatore
8. Teknologjite digjitale ne MKT
9. E-Business
10. Menaxhimi i Produktit dhe i Markësc.

c. Formim integrues -

1. E drejtë Biznesi
2. Menaxhim Projektesh
3. Politikat Europiane të Bujqësisë dhe Ushqimit
4. Menaxhim cilësie
5. Lende me zgjedhje
 - a) *Komunikimi në Marketing / Marketingu ndërmjet bizneseve / Marketingu i Shërbimeve*

d. Formim Plotesuese

1. Praktika Profesionale – 12 kredite

e. Detyrime Permbyllese

1. Teza = 14 kredite

Mundësitë për punësim

Të diplomuarit në këtë program studimi janë potencial për t'u punësuar në biznese të cdo lloji e madhësie në sektorin e ushqimeve në një sërë pozicionesh në lidhje direkte me fushën e studimit (marketing) të tilla si:

1. Menaxher marketingu
2. Specialist kërkimi
3. Menaxher i markës
4. Analist i kërkimit të tregut
5. Menaxher shitjesh
6. Menaxher promocioni dhe reklame
7. Përfaqësues shitjesh
8. Specialist i marrëdhënieve me publikun
9. Menaxher produkti
10. Menaxher logjistike
11. Menaxher i komunikimit dhe marketingut
12. Menaxher i tregtisë me pakicë
13. Menaxher i tregtisë me shumicë
14. Agjentë prodhuesish, brokera, etj.

Nuk përjashtohet mundësia e punësimit të tyre në pozicionet e mësipërme në kompani të tjera jashtë sektorit të ushqimeve apo në institucione të ndryshme publike apo private fokusi i punës së të cilave përfshin aspekte të marketingut, biznesit digjital apo funksione të tjera lehtësuese dhe mbështetëse të marketingut, sikundër ato ofrohen në këtë program studimi.

PROGRAMI MESIMOR

Viti, Sem	Nr	Modulet	Kredite	
Viti I, Semestri I (1)	1	Kërkim Marketing (baza)	6	
	2	Drejtimit Marketingu	6	
	3	Metodologji Kerkimi	6	
	4	Zinxhiri i vlerës në industrinë ushqimore	6	
	5	Menaxhimi i Shitjeve	6	
Viti I, Semestri II (2)	1	Marketing Ndërkombëtar	6	
	2	Menaxhim Projektsh	5	
	3	Kërkim i Zbatuar në Marketing	6	
	4	Marketingu i shitjes me shumicë dhe pakicë të ushqimeve	6	
	5	E drejte Biznesi	4	
Viti II, Semestri I (3)	1	Sjellje konsumatore	6	
	2	Teknologjite digjitale ne MKT	6	
	3	E-Business	6	
	4	Praktika Profesionale	12	
Viti II, Semestri II (4)	1	Menaxhimi i Produktit dhe i Markës	6	
	2	Menaxhim cilësie	5	
	3	Politikat Europiane të Bujqësisë dhe Ushqimit	4	
	Module me Zgjedhje			
	4	<i>Marketingu Ndermjet bizneseve</i>		4
		<i>Komunikimi në Marketing</i>		
<i>Marketingu i Shërbimeve</i>				
5	Provim final/Teza	14		
Totali i Krediteve		1+2+3+4	120	