

Temat e propozuara për studentet e ciklit Bachelor dhe Master Shkencor-Master Profesional

Bachelor: Menaxhimi i cilësisë.

1. Analiza e zinxhirit të vlerës në Agrobiznes: Rasti i industrisë së perpunimit të mishit.
2. Analiza e zinxhirit të vlerës në Agrobiznes: Rasti i industrisë së perpunimit të qumështit.
3. Analiza e zinxhirit të vlerës në Agrobiznes: Rasti i industrisë së perpunimit të perimeve.
4. Analiza e zinxhirit të vlerës në Agrobiznes: Rasti i industrisë së perpunimit të miellit.
5. Problemet dhe sfidat e marketingut dhe shpërndarjes në industrinë e prodhimit të ushqimeve në Shqipëri.
6. Menaxhimi i zinxhirit të vlerës në Agrobiznese.
7. Analiza e çështjeve operacionale në prodhimin dhe marketingun e një produkti agroushqimor.
8. Zhvillimi i qëndrueshëm i agrobizneseve dhe strategjitë e tyre.
9. Marketingu i produktit agroushqimor dhe përfitueshmëria e agrobizneseve.
10. Menaxhimi i cilësisë në bizneset e prodhimit të ushqimeve (case study).
11. Problemet dhe sfidat e menaxhimit të cilësisë përgjatë zinxhirit të ofertes (pikëpamja e prodhuesit).
12. Aplikimi i teknologjisë kompjuterike në kontrollin e inventarit me qëllim rritjen e produktivitetit në bizneset e perpunimit të produkteve bujqësore.
13. Analiza e marrëdhënies faktor-prodhim në fermat e prodhimit të perimeve në serra.
14. Vlerësimi i potencialeve të kooperimit midis fermave të prodhimit të perimeve në serra.
15. Çështje të optimizimit të transportit në agrobiznese për rritjen e produktivitetit

Master Shkencor:

1. Siguria ushqimore dhe statusi i varfërisë në familjet fermere në Shqipëri.
2. Menaxhimi i cilësisë dhe sfidat e bizneseve të prodhimit të ushqimeve në Shqipëri.
3. Pritshmerite konsumatore mbi inovacionet teknologjike në zinxhirin e ofrimit të ushqimeve.
4. Trendet dhe ndryshimet e preferencave në ushqimve dhe zgjedhjas e dietave .
5. Analiza e marrëdhënieve Business to Business (B to B) në agrobiznese.
6. Vlerësimi i rendësisë ekonomike, në terma të inovacionit, për bizneset e lidhura me ato të perpunimit të ushqimeve.
7. Vlerësimi i indikatorëve makroekonomike në Shqipëri (1990-2019) .
8. Ciklet e bizneset dhe implikimet e tyre për menaxheret.
9. Testimi empirik i teorisë konvencionale së firmes për max e fitimit .
10. Clusterat ekonomike: roli i inovacionit në krijimin e tyre dhe implikimet për bizneset e lidhura me ta (rasti i klasterit të prodhimit të mobiljeve në Fushe Krujë).
11. Vlerësim empirik i tregjeve të produkteve bujqësore: benchmarkin me tregjet e produkteve jo-bujqësore në Shqipëri.
12. Gjurmueshmëria si një aspekt i rendësisë dhe sigurisë dhe cilësisë së ushqimeve ndër Agrobiznese në Shqipëri (raste inovative).
13. Vlerësimi i aplikimit të standardeve moderne të menaxhimit të cilësisë në Agrobizneset Shqiptare.
14. Vlerësimi i perceptimit konsumator mbi produktet e certifikuar dhe: A ndikohet vendim-marrja e tyre për produktin nga të qenit i certifikuar po jo.

Bachelor: Çmimet dhe tregjet e prodhimeve bujqësore.

1. Evolucioni i tregjeve të produkteve bujqësore.
2. Prespektiva të zhvillimit të kërkesës dhe ofertës për produkte bujqësore
3. Marketingu direkt për fermerët e vegjel
4. Zhvillimet në drejtim të çmimeve të produkteve bujqësore.
5. Kontraktimi në bujqësi (fermerët e vegjel)
6. Zhvillimet në tregtine me pakice të produkteve ushqimore
7. Analiza sektoriale (zhvillimet & trendet).

Master shkencor

1. Analiza e faktorëve që ndikojnë konsumin e produkteve ushqimore.
2. Analiza e preferencave / zakoneve blerëse të konsumatorëve për produktet/markat ushqimore.
3. Analiza e faktorëve të jashtëm që ndikojnë në strategjitë marketing të përdorura nga kompanitë në sektorin e agroindustrisë.
4. Analiza e elementeve të marketingut mikës për kompanitë në sektorin e agroindustrisë.
5. Problemet dhe sfidat e operatorëve në sektorin e agroindustrisë.

Tema Diplome (në Marketing)

1. Një krahasim mbi perceptimin e cilësisë së shërbimit ndërmjet klientëve dhe personelit të bankës – (P.sh. rast studim Raiffeisen Bank).
2. Përgjegjësia sociale e organizatave në besnikëri të konsumatorëve.
3. Ndikimi i rrjeteve sociale në marketingun online.
4. Media sociale dhe ndikimi i saj në sjelljen e konsumatorëve.
5. Rëndësia e vendndodhjes së njësisë së shitjes për klientët.
6. Rëndësia e marketingut mikës për kompanitë.
7. Impakti i menaxhimit ndërkulturor në marketingun ndërkombëtar.
8. Marketingu politik.
9. Impakti i menaxhimit të marrëdhënieve me klientin në performancën e kompanisë, rast studimor.
10. Cilattribute janë të rëndësishme në vendimarrjet blerëse online?
11. Marketingu, kanalet marketing dhe grupet e synuar.
12. Media sociale dhe perceptimi i markës.
13. Strategjitë e forcës së shitjes.
14. Si të implementojmë marketingun sipërmarrës në kompanitë e vogla dhe të mesme.
15. Plani i komunikimit marketing për një kompani - rast studimor....
16. Studim mbi ndikimin që ka paketimi tek tregtarët me pakice dhe konsumatorët.
17. Anet pozitive dhe negative të shitjes online dhe perspektiva marketing.
18. Strategjitë për menaxhimin e opinionëve negative të konsumatorëve.
19. Motivet dhe pritshmëritë e konsumatorëve bazuar në modelet e besnikërisë të konsumatorëve.
20. Si ndikon gjatësia e mesazhit në suksesin e marketingut të drejtëpërdrejtë.
21. Krahasimi i mediveve online dhe offline.

22. Marketingu i telefonise se levizshme ne Shqiperi.
23. Studimi i marketingut miks per nje agrobiznes-rast studimor...
24. Studimi i strategjise se marketingut te nje kompanie,rast studimor...
25. Segmentimi i tregut te produktit ose kategorie produkti te nje kompanie te caktuar- rast studimor.
26. Hartimi i planit strategjik per hedhjen e nje produkti te ri ne treg.
27. Analiza e marketingut te nje kompanie- rast studimor...
28. Kerkim tregu mbi faktoret qe influencojne sjelljen konsumatore per nje produkt te caktuar.
29. Studimi i profilit te konsumatoreve qe blejne nje produkt te caktuar (p.sh.ushqime organike).
30. Ndikimi i perceptimit te etiketave ne blerjet konsumatore, rast studimor...
31. Studimi i sjelljes konsumatore ne zgjedhjen e markes, rast studimor...
32. Studim i preferences konsumatore per nje produkt te caktuar, rast studimor...
33. Studimi i sjelljes blerese konsumatore ne nje njesi shitjeje te caktuar (P.sh rast studimi, rrjeti i supermarketeve Big Market ne Tirane)
34. Efektet e gjinise ne vendimmarrjet per blerje familjare.
35. Faktoret qe ndikojne ne nivelin e blerjes impulsive
36. Marredhenia midis kerkimit te marketingut, njohurive te klientit dhe shitjeve te bizneseve
37. Marketingu Televiziv
38. Efekti i recesionit ne aktivitetet promovuese te nje kompanie.
39. Si mund te perdoren telefonat smart/inteligjente dhe tabletet per te hyre ne mendimet e klienteve?
40. Faktoret qe ndikojne ne rekomandimet verbale/ me goje pozitive dhe negative, ne nje industri te caktuar. (si p.sh. industria e restoranteve)
41. Strategjite e marketingut dhe paradigmata
42. Efektet e statusit profesional ne sjelljen e femrave rreth blerjeve te ushqimeve dhe gatimit
43. Strategjia e hyrjes ne nje treg ne zhvillim duke perdorur informacionin e vendit te origjines
44. Matja e kenaqesise se klientit.
45. Emocionet dhe vendimmarrjet e konsumatorit.
46. Marketingu dhe problemet e strategjise ne marketingun dixhital dhe mediat sociale.
47. Efikasiteti i Marketingut ne sektorin e biznesit te vogel
48. Dallimet midis marketingut tradicional dhe dixhital, avantazhet dhe disavantazhet e te dy sistemeve
49. Ndikimi i reklamimit ne sjelljen e konsumatorit
50. Marketingu ne Internet (Nje rast studim “Google”)
51. Ndikimi i marketingut te marredhenieve ne sjelljen e konsumatorit
52. Besnikeria e Konsumatorit ne Shitjet me pakice –(Studim ne Skemat e Besnikerise)
53. Perceptimi i konsumatorit per marketingun e mediave sociale.
54. Analiza e paketimit te produktit per vendimin e blerjes
55. Analiza e qendrimit te klientit per markat e produkteve te ndryshme (p.sh. laptopeve)
56. Analiza e ndryshimit te sjelljes se klienteve ne marketingun offline dhe online.

57. Nje analize e perceptimit te konsumatoreve permes produkteve te personalizuar
58. Blerja impulsive: aspektet sociale dhe psikologjike.
59. Analiza e faktoreve qe ndikojne ne suksesin e nje marke te re.
60. Stili i jeteses dhe marketingu.
61. Ndikimi i Markave ne sjelljen e klientit: (p.sh.analiza krahasuese e Apple dhe Samsung).
62. Cilat strategji te marketingut duhet te perdoren nga biznesi i hotelerise per terheqjen e klienteve te rinj?
63. Rendesia e metodave psikografike ne skemat e marketingut.
64. Ndikimi i zinxhirit te furnizimit te gjelber ne performancen organizative.
65. Analize e efektit kulturor ne vendimin e konsumatorit.
66. Studimi i marredhenies midis shitjeve dhe fushatave promovuese te produktit ose nje kategorie produkti te nje kompanie.
67. Marredhenia midis kohezgjatjes te nje mesazhi zanor per suksesin e telemarketingut? Nje rast ne industrise e telefonise
68. Kuptimi i psikologjise se konsumatoreve per te zhvilluar strategjite e marketingut.
69. Marketingu i drejtperdrejte: Efektet dhe implikimet te konsumatorit.

Temat e diplomave për: Administrimi Publik

1. Administrimi Publik dhe Menaxhimi Publik, kontesti mbi rolin dhe pozicionin e tyre
2. Administrimi Publik dhe Menaxhimi i organizatave private, sa jane ata te ngjashem? Ku ndryshojne?
3. Pikpamje mbi shkollat e administrimit. Adaptimi i modeleve te administrimit publik ne vendin tone. (*Rast studimi*)
4. Roli i sektorit publik dhe pesha e tij ne vendin tone (*Rast studimi*).
5. Planifikimi si nje funksion per persosjen e veprimtarise se organizatave publike. (*Rast studimi per organizatat publike ne vend*).
6. Buxhetimi publik. Si perkthehet interesi publik ne shpenzimet dhe prioritetet publike ?
7. Teknikat e zbatimit te prioriteteve publike. Strategjite per konsolidimin e sektorit publik.
8. Menaxhimi i organizatave publike vs. Organizatave private. Sfida dhe perspektiva.
9. Rrugët e financimit të organizatave publike. Financimi i organizatave publike në vendin tonë.
10. Analiza dhe menaxhimi i shpenzimeve publike ne vite.
11. Sistemi tatimor dhe shperndarja e te ardhurave, aspekt i rendesishem i politikës fiskale.
12. Debatimi mbi privatizimin e asetëve publike". Teorite mbi privatizimin, format kryesore dhe eficiency e privatizimeve.
13. Analiza kosto perfitime e investimeve publike". Menyrat dhe teknikat e vleresimit te investimeve.
14. Menaxhimi i burimeve njerezore ne Sektorin publik.
15. Sistemet e shperblimit dhe menyrat e motivimit te punonjesve ne sektorin publik.
16. Strategjite dhe politikat e punesimit ne sektorin publik.
17. Menaxhimi Publik ne Shqiperi". Teori, koncepte dhe praktika te ndryshme per reformimin e administrates publike.
18. Administrata publike, zhvillimi i saj, sfida dhe perspektiva ne te ardhmen.
19. Rekrutimi, trajnimi dhe vleresimi i performances se punonjesve ne sektorin publik.

20. Etika ne administraten publike.
21. Debat: Te mira publike publike vs te mira private”. Sistemi arsimor, sistemi shendetesor.
22. Kuadri fiskal ne Shqiperi”. Analiza dhe interpretime.
23. Kontraktimi dhe menaxhimi i sherbimeve publike”. Analiza dhe interpretime
24. Ndikimi i politikave buxhetore ne performancen e strukturave te organizatave publike.
25. Parteneriteti Publik-Privat”. Sfida dhe perspektiva ne te ardhmen.
26. Proceset integruese ne BE dhe impakti ne performancen e administrates publike.
27. Qeverisja vendore, raporti dhe maredheniet me institucionet qendrore.
28. Menaxhimi i riskut ne organizatat publike.

Temat për modulin :Menaxhimi i Projekteve

1. Zbatimi i një projekti. Ndërtimi i një sere
2. Zbatimi i një projekti. Investim për një linjë përpunimi të frutave.
3. Zbatimi i një projekti. Investim për një linjë përpunimi qumështi.
4. Zbatimi i një projekti. Ndërtimi i një magazinë frigoriferike për fruta dhe perime.
5. Zbatimi i një projekti. Konstruksion i nje rruge dhe tortuareve perkatese per nje komunitet te caktuar
6. Zbatimi i një projekti. Investim për një prodhimi dhe përpunim vaji.
7. Zbatimi i një projekti. Investim për ndërtimin e një vreshti.
8. Implementimi i një projekti. Ndertimi i një kompleksi blegtoral
9. Implementimi i një projekti. Ndertimi i një magazine për ruajtjen dhe magazinimin e frutave dhe perimeve.
10. Zbatimi i një projekti për prodhimin e produkteve te teritorit dhe ruajtjen e biodiversitetit.
11. Zbatimi i një projekti për ndërtimin e një rruge për përmirësimin e standardit të jetesës së një komuniteti.
12. Zbatimi i një projekti, për ndërtimin e një qendre sociale për fëmijë ose të moshuar
13. Zbatimi i një projekti.Edukimi dhe ndërgjegjësimi i të rinjve lidhur me problemet sociale.
14. Zbatimi i një projekti.Edukimi dhe sensibilizimi për komunitetin rom në Shqipëri.
15. Krijimi i nje faqe web për promovimin dhe marketimin e sherbimeve dhe produkteve të bizneseve

Tema diplome për: Marketing Agroushqimor & Drejtim Marketingu

1. Problematika te segmentimit te tregjeve te produkteve per konsumatorit finale
2. Analize e sjelljes se konsumatorit
3. Problematika te zhvillimit te produkteve te reja
4. Problematika te linjave te produktit: zgjerimi, modifikimi dhe modernizimi I tyre
5. Analiza e miksit te produktit
6. Problematika te markimit, paketimit, etiketimit dhe gjurmehmerise se produkteve
7. Problematika te strategjive per diferencimin dhe pozicionimin e produkteve
8. Problematika te kanaleve te shperndarjes: fuqia dhe konflikti
9. Problematika te shperndarjes fizike
10. Problematika te promocionit te produkteve

Temat për: Menaxhimi i riskut

1. Menaxhimi i riskut në bujqësi me fokus fermat e prodhimeve blegtorale (vlerësime cilësore ose sasiore)
2. Menaxhimi i riskut në bujqësi me fokus fermat e prodhimit të përimeve (vlerësime cilësore ose sasiore)
3. Menaxhimi i riskut në bujqësi me fokus fermat e prodhimit të drithrave (vlerësime cilësore ose sasiore)
4. Menaxhimi i riskut në bujqësi me fokus fermat e frutikulturës (vlerësime cilësore ose sasiore)
5. Menaxhimi i riskut në bujqësi me fokus ndërmarrjet e agrobiznesit (vlerësime cilësore ose sasiore)

Tema diplome për: Drejtim Fermash

1. Një vlerësim social-ekonomik për sistemin e fermave familjare në Shqipëri.
2. Analiza e situatës së fermave bujqësore në Shqipëri dhe krahasimi i tyre me fermat bujqësore në rajon
3. Ferma bujqësore në Shqipëri, vendi i saj në zhvillimin e bujqësisë dhe zhvillimin ekonomik të vendit.
4. Modelet e organizimit të fermave dhe karakteristikat e tyre.
5. Niveli i integritit të fermave bujqësore me tregun.
6. Faktorët që kushtëzojnë rritjen e nivelit të lidhjes së fermës me tregun.
7. Një vlerësim i gjendjes financiare të një ferme familjare në Shqipëri.
8. Përgatitja dhe hartimi i një plani të përgjithshëm biznesi të fermës bujqësore.
9. Mundësitë dhe format e integritit të fermerëve në tregje.
10. Roli i kooperativave të fermerëve në zhvillimin e bujqësisë dhe integrimin e fermerëve në tregje.
11. Përfitimet sociale dhe ekonomike të fermerëve nga pjesëmarrja e tyre në një kooperativë marketingu.

Tema diplome: Sipërmarrje dhe drejtim Biznesi i vogël.

1. Procesi i rritjes së SME-ve, zhvillimet dhe perspektivat
2. Krijimi i avantazheve konkurruese të qëndrueshme të bizneseve
3. Nderkombëtarizimi përmes strategjive të kooperimit të SME-ve
4. Sipërmarrja dhe procesi i nderkombëtarizimit të SME-ve
5. Kultura organizative dhe roli i saj në performancën e bizneseve
- 6.
7. Ndikimi i SME-ve në rritjen ekonomike të vendit dhe politikat për nxitjen dhe zhvillimin e tyre
8. Gruaja në sipërmarrje dhe faktorët e rritjes së rolit të saj
9. Roli i mjedisit të jashtëm në performancën e biznesit dhe faktorët e përmirësimit të tij.
10. Motivimi i punonjësve dhe roli i tij në performancën e organizatës
11. Lidhshëria dhe roli i tij në performancën e organizatave të biznesit.

Mikroteza- Master shkencor

1. Analiza e faktoreve te mjedisit të brëndshëm dhe roli i tyre në drejtimin të krijimit të avantazhit konkurrues në kompaninë e biznesit
2. Analiza e faktoreve te mjedisit të jashtëm dhe roli i tyre në drejtimin strategjik të firmës
3. Krijimi i nje avantazhi konkurrues të qëndrueshëm dhe faktorët që ndikojnë në të
4. Kontributi i analizes së zinxhirit të vlerës në nje ndryshim strategjik
5. Roli i analizes SWOT ne planifikimin strategjik të ndërmarrjeve
6. Analiza e aktiviteteve primare dhe atyre mbeshtetse ne krijimin e vleres dhe roli i tyre në zhvillimin e nje avantazhi konkurrues.
7. Faktoret kryesore qe ndikojne ne zbatimin e strategjive te firmes

Tema diplome për: Marketing Agrar.

1. Kerkim tregu mbi faktoret qe influencojne blerjet konsumatore (p.sh. ne lidhje me ushqimet organike).
2. Segmentim tregu (i nje produkti/kategorie produkti te caktuar).
3. Kerkim tregu mbi percaktuesit e imazhit dhe markes se nje produkti ushqimor.
4. Studimi i trendve te ushqimive.
5. Analize e problemeve te nje zinxhiri vlere ne Shqiperi (per nje produkt ose kategori produkti te caktuar).
6. Studimi i mardhenieve tregtare ne zinxhirin e vleres.
7. Analiza e tregjeve Agro-ushqimore (p.sh. niveli i konkureses ne keto tregje).
8. Studimi i problemve qe ndeshin fermeret Shqiptare dhe alternetivat e tyre per te dale ne tregje.
9. Studimi i faktoreve qe influencojne fermeret ne zgjedhje e kanalit te marketingut.
10. Analize e Industrise se tregtise me pakice ne Shqiperi.

Tema diplome për: Menaxhimi strategjik në sektorin e biznesit në Shqipëri.

1. roli i lidershipit ne miremenaxhim
2. aplikimi i burimeve njerezore ne sektorin privat
3. faktoret motivues ne rritjen e performances se punonjesve
4. vleresimi i performances si nxites per kualifikimin dhe permbushjen e objektivave te punonjesve
5. kuadri logjik ne menaxhimin e projekteve
- 6.

Temat për modulin: Menaxhim i Burimeve Njerëzore.

1. Zgjedhja e personelit, parakusht per biznes te suksesshem.
2. Menaxheri dhe etika menaxheriale.
3. Ekipi menaxherial dhe planifikimi operativ.
4. Karakteristikat e kultures se organizates ne bizneset agroperpunuese.

Temat për modulin: Menaxhim karriere.

1. Segmentimi i tregut per produktet agroushqimore.
2. Studimi i sjelljes konsumatore per tregun e produkteve ushqimore.
3. Vleresimi i qendrimit konsumor per produktet agroushqimore.
4. Analiza e planifikimit te karrieres nga kendveshtrimi i individit.
5. Analiza e planit te biznesit per bizneset e vogla dhe te mesme.