

<b>Subjekti</b>	Menaxhimi sportiv dhe marketingu		
<b>Lloji</b>	Lloji	Semestri	ECTS
	OBLIGATIVE (O) (O)	V	5
<b>Ligjerues</b>	Dr.sc. Blerta Abazi		
<b>Qëllimet dhe objektivat</b>	<p>Qëllimi i këtij moduli është të prezantojë studentët në fushën e menaxhimit të sportit dhe të ofrojë një pasqyrë gjithëpërfshirëse të industrisë sportive. Për më tepër, ky modul ofron një kuptim sistematik dhe kritik të marketingut global sportiv, vlerësimin kritik të praktikave aktuale të marketingut, brenda kontekstit global të sportit dhe sfidat që ato paraqesin në këtë mjedis që po ndryshon me shpejtësi. Ky kurs do të diskutojë gjithashtu rolin e sportit në shoqëri dhe rëndësinë e një qasjeje etike ndaj menaxhimit të sportit</p>		
<b>Rezultatet e të nxënit</b>	<p>Pas përfundimit të këtij moduli, studentët duhet të jenë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identifikoni dhe shpjegoni konceptet kryesore të zbatueshme në fushën e menaxhimit të sportit.</li> <li>✓ Demonstroni një kuptim të çështjeve, fushave dhe qasjeve të gjera që lidhen me menaxhimin e sportit.</li> <li>✓ Demonstroni një kuptim të natyrës komplekse dhe jo homogjene të industrisë sportive.</li> <li>✓ Shpjegoni perspektivat teorike që mbështesin njohuritë rreth teorisë dhe praktikës së marketingut sportiv.</li> <li>✓ Hetoni efektet sinergjistike të komunikimeve të integruara të marketingut duke marrë parasysh shembuj praktikë në kontekste të ndryshme sportive.</li> <li>✓ Identifikoni mundësitë e karrierës në menaxhimin dhe marketingun sportiv duke përfshirë zhvillimin, detyrat specifike dhe rrugën e karrierës së këtyre mundësive.</li> </ul>		
<b>Përmbajtja</b>	<b>Java</b>	<b>Temat</b>	
	<b>Prezantimi i syllabusit</b>		
	1	Çfarë është Menaxhimi i Sportit?	
	2	Organizimi i ekipeve profesionale dhe të ardhurat e tyre	
	3	Menaxhimi i ngjarjeve dhe objekteve sportive	
	4	Marketingu sportiv dhe shitje	
	5	Fusha e marketingut dhe menaxhimi i markës	
	6	Gjenerimi dhe menaxhimi i burimeve financiare	
	<b>Provimi afatmesëm – 1</b>		
	7	Sponsorizime në sporte	
	8	Media dhe marrëdhëniet me publikun	
	9	Menaxhimi sportiv dhe media	
	10	Marrëdhëniet me publikun dhe transmetimin televiziv.	
11	Parimet etike në menaxhimin e sportit - menaxherët e tij		
12	Ligji sportiv dhe karriera në industrinë e sportit		
<b>Provimi afatmesëm – 2</b>			
<b>Metodat e mësimdhënies/të mësuarit</b>	Aktiviteti	Pesha (%)	
	Leksione	30%	
	Laboratori	20%	
	Kërkime	10%	
	Mësimi i pavarur	40%	
<b>Metodat e vlerësimit</b>	<b>Metodat e vlerësimit:</b>	%	
	Pjesëmarrje	10%	
	a) Provimi afatmesëm -1	40%	
	b) Provimi afatmesëm - 2	40%	

	Puna në shtëpi		10%
<b>Burimet</b>	<b>Burimet</b>		<b>Numri</b>
	Leksione		1
	Presantations		1
	Web i shkencës		1
	PubMed		1
	Scopus		1
<b>ECTS Ngarkesa e punës</b>	<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë javore</b>	<b>Ngarkesa e punës</b>
	Leksione	2	24
	Laboratori	1	12
	Mësimi i pavarur	n/a	64
	Përgatitja e ekzaminimit	n/a	25
<b>Literatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedersen, P. M., &amp; Thibault, L. (2018). Menaxhimi bashkëkohor i sportit. Kinetika njerëzore.</li> <li>• Mullin, B. J., Hardy, S., &amp; Sutton, W. (2014). Sport Marketing Edicioni i 4-të. Kinetika njerëzore.</li> <li>• Ratten, V. (2017). Menaxhimi i inovacionit sportiv. Routledge.</li> <li>• Nicholson, M., Smith, A. C., Stewart, B., &amp; Hoye, R. (2018). Menaxhimi i sportit: Parimet dhe aplikimet. Routledge.</li> </ul>		
	<p>Ky kurs ndjek Kodin e Etikës të Kolegjit UBT, duke kërkuar që të gjithë studentët të sillen në përputhje me këtë. Çdo rast i sjelljes së gabuar akademike, duke përfshirë por pa u kufizuar në mashtrim, plagjiaturë, apo forma të tjera të pandershmerisë, do të çojë në ndëshkime të rëndësishme si dështimi i vlerësimit specifik apo i gjithë kursit, si dhe masa të mëtejshme disiplinore në përputhje me politikat e integritetit akademik të Kolegjit UBT.</p>		
	<p><b>Standardet etike</b></p>		
	<p><b>Kontakt</b> <a href="mailto:blerta.abazi@ubt-uni.net">blerta.abazi@ubt-uni.net</a></p>		