


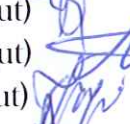









UNIVERSITETI "ALEKSANDËR MOISIU" DURRËS

## RAPORTI I VLERËSIMIT TË BRENDSHËM

**Programi i Studimit të Ciklit të Parë Bachelor në "Menaxhim Marketing"**

### Grupi i Vlerësimit të Brendshëm:

- |                      |  |   |
|----------------------|--|---|
| 1. Eldian Balla      | (Kordinator i programit të studimit)         |  |
| 2. Elton Noti        | (Lektor i Departamentit të Marketingut)      |  |
| 3. Violeta Neza      | (Lektor i Departamentit të Marketingut)      |  |
| 4. Edlira Llazo      | (Lektor i Departamentit të Marketingut)      |  |
| 5. Erjonilda Hasrama | (Lektor i Departamentit të Marketingut)      |  |
| 6. Artenis Tota      | (Përfaqësues Biznesi)                        |  |
| 7. Lorena Gjeci      | (Studente që i përket programit)             |  |
| 8. Spiro Paco        | (Kordinator institucional i IAL pranë ASCAL) |  |
| 9. Marsida Dyrmishi  | (Specialist DKSC)                            |    |

Muaji/Viti

Mars/2023

## PËRMBLEDHJE E TË DHËNAVE PËR PROGRAMIN NË PROCES TË VLERËSIMIT TË BRENDSHËM

### Përshkrim përmbledhës; (200 -400 fjalë)

Programi i studimit Bachelor në “Menaxhim Marketing” ofrohet nga departamenti Marketing, në Fakultetin e Biznesit. Programi është miratuar fillimisht me VKM Nr. 685, datë 25.08.2010 “Për riorganizimin e Universitetit “Aleksandër Moisiu”, Durrës”, programi emërtohet “Menaxhim – Marketing”, në përfundim të të cilit lëshohet “Diplomë e Nivelit të parë” (DNP), në Menaxhim – Marketing.

Aktualisht, në funksion të përshtatjes me ligjin 80/2015 “Për arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në institucionet e arsimit të lartë në Republikën e Shqipërisë” dhe akteve nënligjore për programet e studimit, programi u riorganizua gjatë vitit 2018, si program studimi i ciklit të parë Bachelor në Menaxhim Marketing. Riorganizimi miratohet nga Ministria e Arsimit, Sporteve dhe Rinisë me shkresën Nr. 7243/1 Prot, datë 22.08.2018. Gjithashtu bazuar në shkresën e me nr. Protokollin 676 datë 08.06.2020 të Njësisë së Brendshme të rregullimit të Cilësisë “Mbi realizimin e kontrollit të kurrikulave në të gjitha njësitë kryesore pranë Universitetit Aleksandër Moisiu Durrës”, Departamenti i Marketingut bëri riorganizimin e kurrikulës së programit të studimit Bachelor në Menaxhim Marketing në përputhje me VKM nr.41 datë 24.01.2018 si dhe Udhëzimi nr. 1 datë 14.01.2020.

Gjatë riorganizimit të kurrikulës janë përfshirë lëndë bazë të detyrueshme që i ofrojnë studentit njohuri dhe përgatitje metodologjike dhe kulturë të përgjithshme, si dhe lëndët karakterizuese që ofrojnë përgatitje të thelluar në fushën e studimit të menaxhim marketingut. Qëllimi i programit të studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” është të përgatisë profesionistë dhe drejtues me kualifikimin e duhur dhe me njohuritë e thelluara në fushën e marketingut, duke iu përgjigjur kushteve dhe zhvillimit të ekonomisë së tregut. Ndryshimet e herëpashershme në tregun e punës, të nxitura nga fenomenet social - ekonomike jo vetëm kombëtare, por edhe rajonale dhe globale, kërkojnë specialist dhe drejtues të kualifikuar në të gjitha fushat e menaxhimit, për të rritur konkurrueshmërinë në treg dhe veçanërisht cilësinë e shërbimeve. Programi është projektuar për të transmetuar tek studentët aftësitë profesionale, shkencore dhe drejtuese të nevojshme në mënyrë që ata të jenë të suksesshëm në procesin e punësimit, si dhe krijojnë një sërë mundësish për të bërë një karrierë të suksesshme në fushën profesionale dhe atë akademike.

Objektivat kryesorë formuese të programit të studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” janë:

1. Të përgatiten profesionistë në fushën e drejtimit marketing, në përzgjedhjen e alternativave të marketimit dhe të mënyrave më të mira për menaxhimin e tyre.
2. Studentët të zhvillojnë aftësinë për të ndërtuar dhe vlerësuar raporte ekonomike dhe marketing.
3. Studentët të njihen dhe të aftësohen në njohjen e sistemit marketing në nivel ndërkombëtar.
4. Të përgatiten profesionistë në fushën e kërkimit sasior dhe cilësor dhe njohjen e modeleve për vlerësimin e tyre.

## PËRSHKRIMI I PROCESIT TË VLERËSIMIT TË BRENDSHËM;

### Përshkrim përmbledhës; (200-400 fjalë)

Procesi i akreditimit të programit të studimit Bachelor në “Menaxhim Marketing” ka filluar me ngritjen e Grupit të Vlerësimit të Brendshëm për programin e studimit, pranë departamentit të marketingut bazuar në Vendimin e Departamentit të Marketingut datë 31.01.2022 “Ngritja e Grupit të Vlerësimit të Brendshëm (GVB) për procesin e akreditimit të programit të studimit Bachelor Menaxhim Marketing pranë Departamentit të Marketingut”. Në përbërje të GVB ka edhe një përfaqësues nga biznesi (i fushës së marketingut), si dhe një përfaqësuese nga studentët e programit të studimit.

Në përzgjedhjen e anëtarëve të GVB janë patur parasysh kompetencat profesionale, vlerësimi i paanshëm dhe objektiv, mundësitë për mbledhjen dhe përpunimin e informacionit, aftësitë analitike, shkalla e njohjes së institucionit dhe veprimtarive të tij, si dhe eksperiencat të mëparshme në veprimtari të ngjashme vlerësuese.

Fillimisht GVB është mbledhur në muajin Dhjetor 2021 për t’u njohur me standartet për sigurimin e cilësisë për programet e studimit me karakter shkencor, Kodin e Cilësisë si dhe çdo dokument tjetër i ofruar nga ASCAL në funksion të akreditimit të programeve të studimit.

Anëtarët e grupit janë angazhuar në grumbullimin e dokumentacionit dhe Evidencave përkatëse për hartimin e RVB –së nga strukturat në nivel institucional, dekanati, departamenti si dhe informacione të nevojshme të ofruara online nga institucione të ndryshme të nevojshme për hartimin e raportit.

Procesi i vlerësimit të brendshëm dhe përgatitjes së dosjes së vetëvlerësimit ka zgjatur 13 muaj, duke filluar nga data 01/02/2022 deri më datë 01/03/2023.

Gjatë të gjithë periudhës janë mbajtur kontakte të vazhdueshme me Koordinatorin Insitucional lidhur me shkëmbimin e të gjithë informacioneve ndihmëse dhe dërgimit të dokumentacionit kryesisht në nivel institucional.

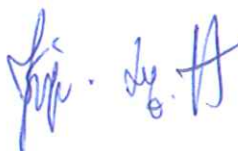
Në kuadër të hartimit të raportit, grupi ka vepruar me ndarje pune, detyrash dhe përgjegjësisht të përcaktuara qartë për secilin anëtar. Grupi në punën e tij ka shfrytëzuar dokumentet e brendshme të UAMD-së, statutin, rregulloret dhe aktet e tjera rregullatore të tij. Grupit i janë vënë në dispozicion të gjitha të dhënat statistikore, raportet dhe dokumentacioni i punës së strukturave akademike dhe administrative të institucionit, të cilat janë përfshirë në këtë raport.

Grupi i Vetëvlerësimit ka zhvilluar 5 takime duke raportuar mbi dokumentacionin e grumbulluar, si dhe duke diskutuar mbi çështje të ndryshme apo problematika të dala gjatë procesit. Gjithashtu, është komunikuar në rrugë elektronike për shkëmbime informacioni mes anëtarëve të grupit, përgjegjësit të departamentit, anëtarëve të tjerë të departamentit, Jo-anëtarë të GVB-së, koordinatorit insitucional dhe strukturave të tjera të universitetit.

RVB-ja ju dërgua për mendim të gjithë anëtarëve të departamentit, por nuk pati koment apo propozime për ndryshime.



Programi Bachelor në “Menaxhim Marketing” zhvillon një sërë aftësish, si ato praktike, menaxheriale dhe komunikuese, më qëllim menaxhimin marketing në kompanitë private apo publike. Njohuritë e marra janë të formimit karakterizues në fushën e menaxhimit marketing. Në përfundim të programit, studenti përfiton njohuri dhe aftësi për t’u punësuar si: menaxher marketingu apo drejtues në sektorin privat dhe publik, specialist në menaxhimin e shitjeve, specialist në menaxhim marketing, specialist në komunikim, specialist në menaxhimin e mediave, specialist pranë zyrave të marrëdhënieve me publikun, menaxher produkti, mundësi për të zhvilluar studime të avancuara në këtë fushë, etj.



## Vlerësimi i Programit të Studimit të Ciklit të Parë Bachelor në “Menaxhim Marketing”

### I. OFRIMI I PROGRAMIT TË STUDIMEVE

<b>Standardi I.1</b> <b>Institucioni i arsimit të lartë ofron programe studimi në përputhje me misionin dhe qëllimin e tij, me fushën akademike të njësisë kryesore dhe bazë përgjegjëse për programin e studimit, e që synon ruajtjen e interesave dhe vlerave kombëtare.</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni i arsimit të lartë ofron programe studimi që nuk bien ndesh me interesat kombëtare dhe synojnë ruajtjen dhe konsolidimin e vlerave akademike e kulturore kombëtare.	Universiteti “Aleksandër Moisiu”, Durrës ofron programin e studimit Bachelor në “Menaxhim Marketing”, pranë Departamentit të Marketingut, në Fakultetin e Biznesit i cili nuk bie ndesh me interesat kombëtare <sup>1</sup> , por përkundrazi, bazohet në një fushë bashkohore siç është marketingu digjital, e cila përgatit profesionistë që mund të angazhohen në aktivitete që synojnë rritjen dhe përmirësimin e imazhit të Shqipërisë dhe promovimin e vlerave kombëtare (kulturore, natyrore, historike etj), por edhe biznesit duke i shtuar vlerë dhe rritur prezencën në tregun konsumator. Ai mbështetet në një sërë vlerash dhe parimesh, të cilat do të vazhdojnë të drejtojnë aktivitetet e tij në të ardhmen si, liria akademike, autonomia institucionale, integriteti, cilësia dhe ekselencia në mësimdhënie dhe etika në kërkimin shkencor. Gjithashtu, burime të rëndësishme që konsolidojnë vlerat e UAMD-së, janë Kushtetuta e Republikës së Shqipërisë, Konventat Ndërkombëtare për mbrojtjen e të drejtave të njeriut, Statuti etj (Evidenca 1) <sup>2</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Programi i studimit hartohet dhe ofrohet në përputhje me qëllimet dhe misionin e institucionit, si dhe fushën e veprimtarisë.	Programi i studimit i ciklit të parë bachelor në “Menaxhim Marketing” nuk bie ndesh me interesat kombëtare, por synon ruajtjen dhe konsolidimin e vlerave akademike kombëtare. Ky program studimi ka si qëllim formimin e profesionistëve në fushën e marketingut, për të plotësuar nevojat që ka sot tregu për këta specialist marketing në fushën e ekonomisë. Në vazhdim të kësaj, ky program synon që të formojë profesionistë të cilët do të jenë të aftë për të analizuar tregje, për të zhvilluar dhe zbatuar strategjitë e marketingut për të përmbushur nevojat e konsumatorit dhe për të maksimizuar fitimet. Këta profesionistë gjithashtu duke punuar në industri të ndryshme si reklamimi, mikpritja, kujdesi shëndetësor, financa, teknologjia, shitja me pakicë dhe arsimi, do të jenë pjesë përbërëse e suksesit të kompanive/organizatave të ndryshme. Ata do të menaxhojnë ekipet e brendshme, krijojnë (ose mbikëqyrin) mesazhet dhe produktet promocionale dhe punojnë për t'i publikuar ose shpërndarë ato te publiku nëpërmjet mediave, reklamave dhe mediave sociale. Mbas përfundimit të studimeve, në varësi të madhësisë së kompanisë, mund të specializohen më tej për një grup produktesh apo shërbimesh, ose në një fushë specifike ekzekutimi. Programi i studimit bachelor për “Menaxhim Marketing” është në përputhje të plotë me qëllimet dhe misionin e Universitetit “Aleksandër Moisiu” Durrës mbështetet në parimin se arsimi i lartë është e mirë dhe përgjegjësi publikedhe nën drejtimin e këtij misioni UAMD synon të formojë specialistë të lartë dhe të pregatisë shkencëtarë të rinj; të përgatitë profesionistë e qytetarë aktivë, për shoqërinë demokratike dhe për vlerat europiane. Programi bachelor në “Menaxhim Marketing” është përcaktuar si një nga programet prioritare për UAMD në interes të zhvillimit rajonal dhe kombëtar bazuar në planin strategjik të UAMD 2020-2025 (Evidenca 3) <sup>3</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Programi i studimit hartohet dhe ofrohet në përshtatje	Programi i studimit bachelor në “Menaxhim Marketing” është në përshtatje dhe në zbatim të plotë të Planit të Zhvillimit Strategjik të UAMD 2020-2025. Gjithashtu ky

<sup>1</sup> <https://www.kryeministria.al/en/strategjia-kombetare-per-zhvillim-dhe-integrim-2015-2020/>

<sup>2</sup> Evidenca 1: Plani i Zhvillimit Strategjik të UAMD 2020-2025

<sup>3</sup> Evidenca 2: Statuti i UAMD-së neni 4 dhe neni 5

<sup>4</sup> Evidenca 3: Plani i Zhvillimit Strategjik të UAMD 2020-2025 fq 6

<p>dhe në zbatim të strategjisë për zhvillim, të Statutit dhe Rregullores së Institucionit si dhe me fushat e drejtimet akademike të tij.</p>	<p>program është në përputhje të plotë me vlerat dhe parimet si dhe me të gjitha prioritetet strategjike të deklaruara në këtë dokument. Në Statutin e UAMD përcaktohet qartësisht se UAMD organizohet dhe realizon veprimtarinë e tij përmes njësive të tij përbërëse në përbërje të cilave është edhe Fakulteti i Biznesit (FB) i cili bashkërendon mësimdhënien dhe kërkimin shkencor si dhe ofron programe studimi në fusha të përafërta. Gjithashtu përcaktohet se departamenti është njësi përgjegjëse për një program studimi si dhe nxit, programon, bashkërendon, zhvillon, organizon dhe administron veprimtarinë e mësimdhënies dhe/ose atë kërkimore shkencore (Evidenca 4)<sup>5</sup>, (Evidenca 5)<sup>6</sup>. Programi i studimit të ciklit të parë bachelor në “Menaxhim Marketing”, i fokusuar në përgatitjen e profesionistëve të rinj të aftë për të realizuar kërkime dhe analiza cilësore në këtë fushë, është në përputhje të plotë me drejtimin akademik dhe fushat prioritare të UAMD, Fakultetit të Biznesit (FB) dhe Departamentit të Marketingut që janë përgjegjëse për këtë program studimi sipas rregullores se programit të studimit (neni 5, pika 5 dhe neni 6)</p>			
<p><b>Kriteri 4.</b> Institucioni demonstroi se ka përvojën, kapacitetet dhe burimet e duhura në fushën akademike specifike për ofrimin e një programi studimi në atë fushë.</p>	<p>Fakulteti i Biznesit (FB) dhe Departamenti i Marketingut plotësojnë kriteret ligjore në lidhje me numrin e personelit akademik si dhe të titujve/gradave shkencore. (Evidenca 6)<sup>7</sup>, (Evidenca 7)<sup>8</sup>, (Evidenca 8)<sup>9</sup>. Vlen të theksohet se ky fakultet është hapur në vitin 2006 dhe ka krijuar tashmë një qëndrueshmëri akademike si në numrin e personelit akademik me tituj / grada shkencore por edhe në profilizimin e tyre në kurset përkatëse duke siguruar edhe një cilësi të lartë në mësimdhënie. Kualifikimi i personelit akademik të Departamentit të Marketingut është një pikë e fortë për këtë program studimi pasi pjesa më e madhe e personelit akademik me kohë të plotë i Departamentit të Marketingut zotërojnë tituj dhe grada shkencore. Personeli akademik i aktivizuar është në përputhje me fushën e programit të studimit dhe me eksperiencë relativisht të gjatë akademike. 70% e këtij programi studimi mbulohet nga personeli akademik i DSHP (Evidenca 9)<sup>10</sup></p>			
<p><b>Kriteri 5.</b> Fusha e përgjithshme dhe specifike e programit të studimit duhet të jetë në përputhje me fushën akademike e kërkimore të njësive kryesore / bazë, përgjegjëse për programin e studimit, sipas klasifikimit/kodifikimit të programeve të studimit sipas direktivave dhe udhëzimeve kombëtare e evropiane.</p>	<p>Ky program studimi është i fokusuar në fushën e marketingut dhe menaxhimit të tij që është në përputhje të plotë me emërtimin dhe fushat akademike dhe kërkimore të Fakultetit të Biznesit (FB) dhe Departamentit të Marketingut. Departamenti i Marketingut ka në varësi të tij edhe programin e studimit të ciklit të dytë Master Profesional (MP) në “Menaxhim Marketing” dhe Master Shkencor (MSH) në “Menaxhim Marketing”, duke i mundësuar studentëve të ciklit të parë për këtë program studimi që të kenë vazhdimësi studimesh brenda të njëjtës fushë (Evidenca 5)<sup>11</sup>. Përsa i përket kodifikimit të programit të studimit, në pritje të një unifikimi nga ana e ministrisë përgjegjëse për arsimin, UAMD duke u bazuar në direktivat ndërkombëtare ka hartuar një kodifikim të brendshëm të programeve që ofron ku për programin e studimit bachelor në “Menaxhim Marketing” kodin e përcaktuar është UAMD-BCH-60414-MEMA (Evidenca 10)<sup>12</sup>, (Evidenca 11)<sup>13</sup>. Ndërkohë në regjistrin shtetëror të diplomave dhe certifikatave për arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor ky program studimi është i regjistruar me numër identifikimi (Evidenca 12)<sup>14</sup>.</p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p><b>Niveli përmbushet</b></p>	<p><b>Përmbushet pjesërisht</b></p>	<p><b>Përmbushet kryesisht</b></p>	<p><b>Përmbushet plotësisht</b></p>
				<p><b>X</b></p>

<sup>5</sup> Evidenca 4: Rregullore e programit të studimeve Bachelor 'MENAXHIM MARKETING'

<sup>6</sup> Evidenca 5: Struktura e Programeve të Studimit

<sup>7</sup> Evidenca 6: Lektorët me kohë të pjesshme 2018 – 2021

<sup>8</sup> Evidenca 7: Lektorët me kohë të plotë dhe të pjesshme dhe lëndët 2018 – 2021

<sup>9</sup> Evidenca 8: Lektorët me fusha specifike

<sup>10</sup> Evidenca 9: Të dhëna të detajuara të stafit të Departamentit Marketing

<sup>11</sup> Evidenca 5: Struktura e Programeve të Studimit

<sup>12</sup> Evidenca 10: Memo Kodifikimi i programeve

<sup>13</sup> Evidenca 11: Tabela e kodifikimit të programeve në UAMD

<sup>14</sup> Evidenca 12: Urdhër për regjistrimin e formës së diplomës, diplome dhe suplement

<b>Standardi I.2</b>	
<b>Institucioni i arsimit të lartë siguron marrëdhënie bashkëpunimi me institucione, kompani, palë të treta, aktorë të biznesit vendas dhe/ose të huaj në funksion të realizimit të programit të studimit, në kuadër të aftësisimit profesional, kërkimit shkencor dhe mobilitetit.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni për hartimin, mbikëqyrjen dhe mbarëvajtjen e programit, siguron marrëdhënie të frytshme bashkëpunimi brenda institucionit nëpërmjet ndarjes së detyrave mes njërive e personelit, marrjes së përgjegjësive përkatëse dhe analizës së vazhdueshme të punës së tyre.	Brenda institucionit ekziston një marrëdhënie e ngushtë bashkëpunimi mes strukturave akademike dhe atyre administrative në nivel fakulteti dhe rektorati, si dhe strukturave në varësi të administratorit për mbarëvajtjen e programit të studimit. Bazuar në kompetencat dhe detyrat e strukturave akademike, ndihmës akademike dhe administrative të parashikuara në Statutin dhe Rregulloren e Institucionit departamenti bashkëpunon me Drejtorinë e Administrimit dhe Shërbimeve Akademike (Sektorin e Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës) për çështje të publikimeve, aktiviteteve, të dhënave të punësimit dhe alumnit etj, me Drejtorinë e Kurrikulës dhe Standarteve të Cilësisë për çështjet e kurrikulave dhe ngarkesave mësimore, me Drejtorinë e Planifikimit, Projekteve dhe Marrëdhënieve me Jashtë për aplikimet në kuadër të projekteve dhe ndjekjen e tyre, si dhe marrëveshjeve të bashkëpunimit me partnerë të huaj dhe vendas, me Drejtorinë e Administrimit financiar për çështjet financiare etj. Komunikimi zyrtar mes njërive dhe strukturave brenda institucionit bazohet edhe në Rregulloren për qarkullimin dhe arshivimin e dokumentacionit të brendshëm në UAMD (Evidenca 13) <sup>15</sup> , (Evidenca 14) <sup>16</sup> , (Evidenca 15) <sup>17</sup> , (Evidenca 2) <sup>18</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Për realizimin e objektivave e procesit mësimor e formues të studentëve, institucioni vendos marrëdhënie bashkëpunimi me institucionet homologe brenda dhe/ose jashtë vendit, aktorët e biznesit vendas dhe/ose të huaj.	UAMD është një institucion aktiv në drejtim të krijimit të partneriteteve me aktorë të huaj si në drejtim të zbatimit të projekteve të përbashkëta në kuadër të programeve të Bashkimit Europian Erasmus +, Interreg, Ipa etj, ashtu edhe në drejtim të marrëveshjeve të bashkëpunimit për realizimin e praktikave mësimore nga studentët e UAMD-së. Gjithashtu, ekzistojnë partneritete mes UAMD dhe universiteteve të tjera në drejtim të organizimit të aktiviteteve të ndryshme me karakter kërkimor – shkencor si konferenca shkencore vjetore etj. Departamenti i Marketingut ka nënshkruar 9 marrëveshje bashkëpunimi me kompani/institucione kombëtare me qëllim kryerjen e praktikave profesionale, por edhe aktiviteteve të tjera të përbashkëta ku mund të angazhohen studentët e Bachelor në “Menaxhim Marketing D., por edhe të cikleve të tjera të studimeve (Evidenca 16) <sup>19</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Për realizimin e programit të studimit, institucioni nënshkruan marrëveshje të posaçme me institucione, institute kërkimore, kompani të fushës përkatëse për realizimin e praktikave profesionale, klinike, praktikave të punës apo stazhit etj.	Gjithashtu ekzistojnë edhe marrëveshje të nënshkruara në nivel fakulteti me sipërmarje apo institucione të ndryshme duke i ardhur në ndihmë edhe studentëve që nuk kanë mundësi të gjejnë privatisht subjekte ku mund të zhvillojnë praktikat e tyre profesionale. Një listë me të gjithë kompanitë që fakulteti ka nënshkruar marrëveshje i vihet në dispozicion të gjithë studentëve, nëse kërkohet prej tyre (Evidenca 13) <sup>20</sup> . Edhe në nivel institucional përmes koordinimit të procesit nga ana e Drejtorisë së Projekteve dhe Marrëdhënieve me Jashtë janë nënshkruar një sërë marrëveshjesh bashkëpunimi me universitete kombëtare dhe ndërkombëtare me synim bashkëpunimin në një sërë fushash, si dhe programe mobiliteti me universitetet partnere ku krahas pedagogëve për mësimdhënie dhe/ose trajnim ka patur edhe studentë. Vetëm gjatë vitit 2021-2022 janë formalizuar 90 (nëntëdhjete) marrëveshje bashkëpunimi me homologë të arsimit të lartë brenda dhe jashtë vendit si dhe me

<sup>15</sup> Evidenca 13: Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit

<sup>16</sup> Evidenca 14: Organigrama UAMD

<sup>17</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit, nenet 7 –8, nenet 10 – 25

<sup>18</sup> Evidenca 2: Statuti i Universitetit Aleksandër Moisiu, Durrës

<sup>19</sup> Evidenca 16: Marrëveshjet e bashkëpunimit të Departamentit Marketing

<sup>20</sup> Evidenca 13: Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit

	partnerë kombëtarë (Evidenca 17) <sup>21</sup> , (Evidenca 3) <sup>22</sup> , (Evidenca 18) <sup>23</sup> , (Evidenca 19) <sup>24</sup> , (Evidenca 20) <sup>25</sup>			
<b>Kriteri 4.</b> Në mënyrë periodike, njësia përgjegjëse për programin e studimit harton raporte analitike të përfitimeve nga marrëveshjet e bashkëpunimit në funksion të realizimit të programit të studimit.	Departamenti në përfundim të çdo viti akademik përgatit raportin vjetor ku përfshihet i gjithë aktiviteti akademik dhe kërkimor shkencor i tij me tregues të detajuar mbi procesin mësimor, aktivitetet e departamentit, promovimin e stafit akademik, metodologjinë e ndarjes së ngarkesave mësimore etj. Një përshkrim i detajuar i këtij aktiviteti dhe i përfitimeve nga marrëveshjet e bashkëpunimit pasqyrohet në Raportet vjetore të departamentit marketing (Evidenca 21) <sup>26</sup> . Departamenti zhvilloi konferencën e dytë shkencore ndërkombëtare në fushën e Menaxhim Marketingut ISCOIM 2018, me temë: “Communication and Digital Marketing Management”. Kjo konferencë u rikthye për të dytin vit radhazi, si vazhdimësi e një sfide për t’i dhënë një fokus të veçantë shkencës së marketingut. Ajo u paraqit shumë më premtuese dhe gjithëpërfshirëse se ajo e vitit të shkuar. Studiues nga 15 shtete (SHBA, Angli, Itali, Turqi, Poloni, Bullgari, Zvicer, Tunizi, Marok, Hungari, Maqedoni, Kosovë, Slloveni, Bosnje, Shqipëri) dhe 38 universitete të ndryshme kombëtare dhe ndërkombëtare, u bën pjesë e kësaj conference. Gjithashtu është zhvilluar kete vit akademik Konferenca ndërkombëtare në fushën e Menaxhim Marketingut ISCOIM 2022 me teme “Reinventing Marketing in the Pandemic Era” 25&26 Mars 2022 (Evidenca 22) <sup>27</sup> .			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës I</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

## II. ORGANIZIMI, DREJTIMI DHE ADMINISTRIMI I PROGRAMIT TË STUDIMIT TË CIKLIT TË PARË BACHELOR

<b>Standardi II.1</b>	
<b>Programi i studimit organizohet në përputhje me parashikimet ligjore e nënljore kombëtare në fuqi.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Programet e studimit janë të organizuara në lëndë e module. Elementet që përbëjnë strukturën e programit të studimit, janë përcaktuar qartë në përputhje me legjislacionin vendas në fuqi dhe me	Programi bachelor në Menaxhim Marketing ofrohet si program studimi me kohë të plotë të organizuar me 180 ECTS dhe me kohëzgjatje normale 3 vite akademike (Ligji nr. 80/2015 për “arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në Institucionet e Arsimit të Lartë në Republikën e Shqipërisë”, neni 75, pika 6) <sup>28</sup> . Sasia e krediteve që duhet të marrë një student me kohë të plotë që ndjek studimet në këtë program studimi është 60 kredite. Programi i ciklit të parë Menaxhim Marketing është i organizuar në lëndë

<sup>21</sup> Evidenca 17: Raport Vjetor UAMD 2020-2021, fq 41 – 44

<sup>22</sup> Evidenca 3: Plani Strategjik i Departamentit Marketing, pika 5

<sup>23</sup> Evidenca 18: Marreveshje Bashkepunimi UAMD

<sup>24</sup> Evidenca 19: Lista e marreveshjeve bilaterale per shkembime

<sup>25</sup> Evidenca 20: Lista e Mobiliteteve te Stafit & Studenteve

<sup>26</sup> Evidenca 21: Dep Marketingut Analiza Vjetore 2019-2020

<sup>27</sup> Evidenca 22: Call for Papers - ISCOIM 2022

<sup>28</sup> Evidenca: Ligj nr. 80/2015 për “arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në Institucionet e Arsimit të Lartë në Republikën e Shqipërisë”, neni 75, pika 6



<p>Sistemin Evropian të Transferimit dhe Grumbullimit të Krediteve (ECTS).</p>	<p>të vlerësuara me kredite sipas Sistemit Evropian të Transferimit dhe Grumbullimit të Krediteve (ECTS). Ndarja e lëndëve në kurrikul është organizuar duke u bazuar në VKM nr.41, datë 24.01.2018 për “elementët e programeve të studimit të ofruara nga Institucionet e Arsimit të Lartë. Programi i studimit “Menaxhim Marketing” përmban elementët më të mira që respektojnë standartet kombëtare dhe ndërkombëtare të kurrikulës universal të përcaktimit të krediteve dhe të kriterëve të pranimit. Programi i studimit detajohet sipas planit mësimor i cili zbërthen çdo lëndë specifike në orë dhe kredite. Kjo ngarkesë përkthehet në 1536 orë mësimore, një ngarkesë 150 orë praktikë e përkthyer në 6 kredite si dhe punë përgatitore për përgatitjen e temës së diplomës/mikrotezës me një ngarkesë 150 orë, e përkthyer në 6 kredite (Evidenca 23 )<sup>29</sup></p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Programi i studimit synon formimin e shprehive të veçanta në larmi të gjerë profesionale e specialitetesh, jep njohuri të përparuar në një fushë studimi ose punësimi, ku përfshihet të kuptuarit kritik të teorive dhe parimeve akademike të fushës, zhvillon njohuri, aftësi dhe kompetenca të përparuar në një fushë akademike ose profesionale, të nevojshme për zgjidhjen e problemeve komplekse dhe të paparashikueshme në një fushë të specializuar studimi ose profesionale.</p>	<p>Programi i studimit BSc Menaxhim Marketing është konceptuar të pajisë studentin me njohuri dhe shprehitë e duhura profesionale në fushën e marketingut. Ai synon përgatitjen e menaxherëve të marketingut, të aftë për të menaxhuar në mënyrën më të mirë këtë proces.</p> <p>Objektivat e programit të studimit janë:</p> <p>a) Të aftësohen në përzgjedhjen e teknikave të duhura për menaxhimin e mediave.</p> <p>b) Të zhvillojnë aftësinë e zhvillimit të fushatave marketing.</p> <p>c) Të mësojnë si të ekzaminojnë sistematikisht tema të ndryshme mbështetur në baza të forta teorike.</p> <p>d) Të përgatiten profesionistë në fushën e drejtimit marketing, në përzgjedhjen e alternativave të marketimit dhe të mënyrave më të mira për menaxhimin e tyre. (Evidenca 4)<sup>30</sup>. Kurset e ofruara në programin e studimit bachelor në Menaxhim Marketing kategorizohen sipas kërkesave ligjore në kurse të formimit bazë, karakterizuese, ndërdisiplinore dhe plotësuese (Evidenca 4)<sup>31</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Programet e studimit kanë të përcaktuar qartë veprimtaritë formuese duke grupuar lëndët/modulet sipas kategoritë të përcaktuara dhe me ngarkesën përkatëse në kredite.</p>	<p>Në planin mësimor është e përcaktuar qartë ndarja e krediteve midis kurseve dhe semestrave, ndarja e veprimtarive formuese dhe peshave të tyre sipas akteve ligjore dhe nënligjore në fuqi. Për ndarjen e ngarkesës së orëve mësimore në auditor dhe ngarkesës për studim individual është Ndarja e lëndëve në kurrikul është organizuar duke u bazuar në VKM nr.41, datë 24.01.2018 për “elementët e programeve të studimit të ofruara nga Institucionet e Arsimit të Lartë.</p> <p>Është ruajtur raporti ligjor ku 30%-36% e ngarkesës për çdo kurs zhvillohet në auditor (jo më shumë se 50%). Gjithashtu caktohet edhe ngarkesa e provimit përfundimtar të diplomimit (6 ECTS) që është parashikuar të jetë 100% studim individual nga ana e studentit (Evidenca 23)<sup>32</sup>.</p> <p>Ndarja e peshës së kategorive për veprimtaritë formuese është në përputhje me kërkesat ligjore për programet e studimit të ciklit të parë (bachelor), përkatësisht:</p> <p>A- Lëndë Bazë - 20%</p> <p>B - Lëndë Karakterizuese - 51.1%</p> <p>C - Lëndë Ndërdisiplinore - 13.3%</p> <p>D - Lëndë Plotësuese – 8.8%</p> <p>E – Detyrime Përmbyllëse – 3.3%</p> <p>Për të kompletuar elementët që përbëjnë strukturën e programit bachelor në Menaxhim Marketing, në dokumentacionin shoqëruar gjeni edhe programin lëndor</p>

<sup>29</sup> Evidenca 23: Kurrikula dhe Plani Mësimor BSc MM 2021-2024

<sup>30</sup> Evidenca 4: Evidenca Rregullore e Programit të Studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” Neni.2

<sup>31</sup> Evidenca 4: Rregullore e Programit të Studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” Neni.8

<sup>32</sup> Evidenca 23: Kurrikula dhe Plani Mësimor BSc MM 2021-2024

	(Evidenca 24) <sup>33</sup> , (Evidenca 23) <sup>34</sup> dhe formatin e miratuar të diplomës (Evidenca 12) <sup>35</sup>			
<b>Kriteri 4.</b> Programi i studimit ka të përcaktuara ngarkesën në kredite për realizimin e praktikës profesionale dhe të detyrimeve përmbyllëse.	Në programin bachelor në Menaxhim Marketing është përcaktuar ngarkesa në kredite për praktikën profesionale dhe detyrimet përmbyllëse, përkatësisht: - Praktikë, Viti 3, Semestri 2, 6 ECTS - Provim Formimi / Diplomë, (Evidenca 25) <sup>36</sup> Viti 3, Semestri 2, 6 ECTS (Evidenca 23) <sup>37</sup>			
<b>Kriteri 5.</b> Forma e organizimit të studimeve, pranimi i studentëve dhe financimi në institucionet e arsimit të lartë me status të veçantë realizohen në përputhje me ligjin e arsimit të lartë dhe specifikat përkatëse, të përcaktuara me udhëzim të ministrisë përgjegjëse për arsimin.	Kjo fushë nuk aplikohet për këtë program studimi pasi UAMD nuk është IAL me status të veçantë.			
<b>Kriteri 6.</b> Programet e studimit Bachelor, që ofrohen në të njëjtën fushë studimi, cikël si dhe me të njëjtën emërtësë, duhet të kenë përmbajtje të ngjashme në nivel, së paku 70 për qind.	Programi i studimit në Menaxhim Marketing, ka përmbajtje mbi 70% të ngjashme me programin e Menaxhim Marketing ne UNIVERSITETI 'ISMAIL QEMALI' VLORË, FAKULTETI I EKONOMISË, DEPARTAMENTI I BIZNESIT (Evidenca 26) <sup>38</sup>			
<b>Kriteri 7.</b> Programi i studimit shoqërohet me kodin përkatës, sipas fushës së studimit dhe klasifikimeve të bëra publike nga ministria përgjegjëse për arsimin. Më tej kryhet kodifikimi i lëndëve të programit.	Për kodifikimin e programit të studimit, në pritje të një unifikimi nga ana e ministrisë përgjegjëse për arsimin, UAMD duke u bazuar në direktivat ndërkombëtare ka hartuar një kodifikim të brendshëm të programeve që ofron ku për programin e studimit bachelor në "Menaxhim Marketing" kodi i përcaktuar është UAMD-BCH-60414-MEMA (Evidenca 11) <sup>39</sup> . Ndërkohë në regjistrin shtetëror të diplomave dhe çertifikatave për arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor ky program studimi është i regjistruar me numër identifikimi DR3426200887(Evidenca 12) <sup>40</sup> .			
<b>Kriteri 8.</b> Programet e studimit mund të jenë edhe programe të përbashkëta midis dy ose më shumë institucioneve të arsimit të lartë, vendas dhe të huaj, në përputhje me legjislacionin në fuqi.	Kjo fushë nuk aplikohet për këtë program studimi pasi nuk është program i përbashkët studimi.			
<b>Shkalla e përmbylljes së standardit</b>	<b>Nuk përmbyllet</b>	<b>Përmbyllet pjesërisht</b>	<b>Përmbyllet kryesisht</b>	<b>Përmbyllet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<sup>33</sup> Evidenca 24: Formulari i Vlerësimit të Praktikës Profesionale

<sup>34</sup> Evidenca 23: Kurrikula dhe Plani Mësimor BSc MM 2021-2024

<sup>35</sup> Evidenca 12: Urdhër për regjistrimin e formës së diplomës, diplome dhe suplement

<sup>36</sup> Evidenca 25: Rregullore e Detyrimeve Përmbyllëse Bsc MM

<sup>37</sup> Evidenca 23: Kurrikul dhe Plani Mësimor BSc MM 2021-2024

<sup>38</sup> Evidenca 26: Kurrikula e një programi të ngjashëm

<sup>39</sup> Evidenca 11: Tabela e kodifikimit të programeve në UAMD

<sup>40</sup> Evidenca 12: Urdhër për regjistrimin e formës së diplomës, diplome dhe suplement

Standardi II.2	
Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush kërkesat ligjore dhe standardet e cilësisë për këto njësi.	
Kriteret	Vlerësimi
<p><b>Kriteri 1.</b> Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet e përcaktuara në legjislacionin në fuqi për organizimin dhe strukturën akademike, stafet akademike vlerësimin dhe akreditimin.</p>	<p>Njësia kryesore përgjegjëse për programin bachelor në Menaxhim Marketing është Fakulteti i Biznesit (FB). Kjo njësi ka në strukturën e saj 5 departamente si më poshtë: (Evidenca 27)<sup>41</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Departamenti i Financë-Kontabilitetit</li> <li>2. Departamenti i Marketingut</li> <li>3. Departamenti i Menaxhimit</li> <li>4. Departamenti i Shkencave Ekonomike</li> <li>5. Departamenti i Turizmit</li> </ol> <p>Përbërja e FB është në përputhje të plotë me detyrimet ligjore në fuqi.</p> <p>Njësia bazë përgjegjëse për këtë program studimi është Departamenti i Marketingut. Ky departament përbëhet në total nga 15 anëtarë të personelit akademik me kohë të plotë, nga të cilët 13 zotërojnë tituj dhe grada shkencor dhe vetëm 2 anëtarë janë MSc</p> <p>Njësia Bazë përgjegjëse për programin e studimeve Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, është Departamenti i Marketingut (DM). Ky departament përbëhet nga 2 grupe mësimore-kërkimore shkencore (GMKSH),</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Seksioni i Menaxhim Marketingut</li> <li>b. Seksioni i Metodave të Kërkimit, Teknologjia dhe Statistika</li> </ol> <p>Por pas hyrjes në fuqi të ligjit aktual të arsimit të lartë dhe kërkimit shkencor në institucionet e arsimit të lartë në Shqipëri, Departamenti Marketing bëri një ndarje të anëtarëve Grupe Mësimore - Kërkimore Shkencore (GMKSH):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. GMKSH i Menaxhim Marketing-ut</li> <li>2. GMKSH i Metodave të Kërkimit, Teknologjia dhe Inovacioni, (Evidenca 28)<sup>42</sup>, (Evidenca 29)<sup>43</sup>.</li> </ol> <p>Përveç stafit akademik të brendshëm, Departamenti Marketing angazhon sipas nevojave vjetore dhe staf akademik me kontratë i cili është me kohë të pjesshme ose i ftuar. Planifikimi për staf akademik me kohë të pjesshme ose të ftuar bëhet në fillim të çdo viti akademik dhe miratohet nga Dekanati dhe nga Rektorati.</p> <p>Në çdo rast, ngarkesa që mbulohet përgjatë një viti akademik nga stafi efektiv është gjithmonë më e madhe se ajo e stafit akademik të ftuar ose me kohë të pjesshme, por duke ruajtur përgjithësisht edhe raportin 70% me 30% që përcakton edhe ligji. (Evidenca 30)<sup>44</sup>, (Evidenca 122)<sup>45</sup>. Përbërja e Departamentit Marketing dhe e departamenteve të tjera të FB është në përputhje të plotë me detyrimet ligjore në fuqi.</p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet e përcaktuara në legjislacionin në fuqi, duke angazhuar personel ndihmës akademik /administrativ për</p>	<p>Në strukturën e personelit ndihmës akademik në UAMD, për çdo laborator kompjuterik ka të punësuar një personel ndihmës akademik ku secili prej tyre është përgjegjës për mirëmbajtjen e një laboratorit të caktuar (Evidenca 27)<sup>46</sup>. Ky personel ndihmës akademik ka përfunduar studimet në profilet e shkencave kompjuterike dhe teknologjisë së informacionit dhe kanë kualifikimin e duhur dhe aftësitë për të mbuluar detyrimet e tyre për mirëmbajtjen e laboratorëve dhe ofrimin e mbështetjes për personelin akademik për zhvillimin e orëve mësimore apo praktikave profesionale</p>

<sup>41</sup> Evidenca 27: Organigrama e FB-së

<sup>42</sup> Evidenca 28: Organigrama Departamenti i Marketingut 2022

<sup>43</sup> Evidenca 29: Krijimi i Grupeve Mësimore Kërkimore

<sup>44</sup> Evidenca 30: Memo 70% Ngarkeses të Brendshme

<sup>45</sup> Evidenca 122: Lista e lëndëve dhe lektorëve që kanë dhënë mësim në BSc 2018-2021

<sup>46</sup> Evidenca 27: Organigrama e FB

realizimin e praktikave mësimore, laboratorike e klinike, etj.	në këto laboratore (Evidenca 54) <sup>47</sup> . Gjithashtu pjesë e FB janë pjesë edhe personel administrativ në ndihmë të programeve mësimore si pjesë e sekretarisë mësimore ku një prej tyre është e dedikuar për programin bachelor në MM (Evidenca 32) <sup>48</sup> .			
<b>Kriteri 3.</b> Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin për çdo program studimi cakton një person në rolin e koordinorit të programit të studimit, i cili është përgjegjës për ecurinë dhe zhvillimin e programit dhe praktikave profesionale në përputhje me objektivat e tij.	Mbështetur edhe në rregulloren e UAMD, personi i caktuar si koordinor i programit bachelor në Menaxhim Marketing është Dr. Eldian Balla (Evidenca 33) <sup>49</sup> . Koordinimi i këtij programi bëhet në bashkëpunim me personelin akademik të DM dhe zv. Dekanin për anën mësimore. Koordinatori i këtij programi studimi ka disa detyra dhe përgjegjësi të përcaktuara qartë në Rregulloren e Departamentit si më poshtë: 1. Koordinatori i programit koordinon punën me anëtarët e departamentit në mënyrë që programet të hartohen në përputhje me udhëzimet mbi ligjin e arsimit dhe më pas këto programe të kalojnë për miratim nga Senati Akademik dhe në Ministrinë e Arsimit dhe Sporteve. Këto programe i nënshtrohen procesit të akreditimit. 2. Organizon hartimin e kurrikulave të disiplinave që mbulon grupi dhe i paraqet në departament për diskutim; 3. Organizon punën për hartimin e programeve të lëndëve për t'i propozuar më pas për miratim në njësinë bazë; 4. Koordinatori i programit të studimit kryen çdo funksion tjetër të parashikuar nga aktet nënligjore, Statuti i Universitetit, Rregulloren e Universitetit, Rregulloren e Fakultetit të Biznesit, Rregulloren e Departamentit (Evidenca 34) <sup>50</sup> .			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Standardi II.3</b>	
<b>Programi i studimit është i detajuar, informues, i strukturuar dhe organizuar në përputhje me parashikimet dhe objektivat formuese të programit të ciklit të parë.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Njësia kryesore/bazë, përgjegjëse për programet e studimit të ciklit të parë, disponojnë informacionet e nevojshme për organizimin, strukturën dhe përmbajtjen e programeve të studimeve.	FB dhe DM disponojnë informacionet dhe dokumentacionin e nevojshëm për organizimin, strukturën dhe mbarëvajtjen e programeve të studimit. Urdhërat dhe vendimet për hapjen e këtij programi janë të ruajtura në protokollin e FB sipas akteve ligjore dhe nënligjore në fuqi (Evidenca 35) <sup>51</sup> si dhe zotërohen edhe nga DM së bashku me dosjen e plotë të programit të studimit bachelor në Menaxhim Marketing (Evidenca 36) <sup>52</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Programi i studimit përmban planin mësimor, ku përfshihet informacioni i nevojshëm për ndarjen e lëndëve në semestra, ngarkesën mësimore të lëndëve/moduleve, orët në auditor/jashtë auditorit.	Plani mësimor i programit bachelor në Menaxhim Marketing përmban të gjithë elementët e kërkuar nga aktet ligjore dhe nënligjore në fuqi. Ky program është i organizuar në: - 38 lëndë me frekuentim të gjitha semestrale. - Provim Formimi / Diplomë që është vlerësuar me 6 kredite Procesi mësimor organizohet në gjashtë semestra të rregullt me kohëzgjatje 16 javë dhe me garkesë mesatare 30 kredite për semestër (3 vite akademike): - Çdo semestër përmban 6 ose 7 lëndë me frekuentim. Ngarkesa për çdo lëndë semestrale me frekuentim është 45 orë në auditor. Frekuentimi dhe mënyra e

<sup>47</sup> Evidenca 54: CV e Stafit Ndihmës Akademik

<sup>48</sup> Evidenca 32: Lista e plotë e Stafit Ndihmës Akademik

<sup>49</sup> Evidenca 33: Vendimi i Departamentit për përcaktimin e Koordinatorit të BSc MM

<sup>50</sup> Evidenca 34: Rregullore e Departamentit Marketing Neni.15

<sup>51</sup> Evidenca 35: Urdhër Miratimi nga MASH për Hapjen e Programit BSc MM

<sup>52</sup> Evidenca 36: Vendim miratim riorganizimi

	vlerësimit të studentëve është e unifikuar për të gjithë kurset. Frekuentimi i orëve mësimore (Evidenca 37) <sup>53</sup> është i detyrueshëm në masën 75%.			
<b>Kriteri 3.</b> Programi i studimit përmban të gjitha informacionet e nevojshme për studentët që lidhen me kriteret e përgjithshme dhe specifike të pranimit, transferimit dhe ekuivalentimit të studimeve.	Shkalla e përvetësimit të programit mësimor vlerësohet me sistem pikëzimi prej 1000 pikësh, i cili konvertohet me notë në proces-verbalin përfundimtar ku nota kaluese më e ulët është nota pesë e cila korespondon me 51% të pikëve të fituara (Evidenca 37) <sup>54</sup> dhe (Evidenca 38) <sup>55</sup> . Vlerësimi bëhet përgjatë semestrit dhe bazohet në totalin e pikëve të grumbulluara nga: 1. Provimi i ndërmjetëm (40%) 2. Provimi përfundimtar (50%) 3. Projektet / detyrat e kursit (10%)  Kriteret pranuese dhe kuotat përcaktohen çdo fillim viti akademik nga DM / FB dhe dërgohen për miratim përfundimtar në Senatën Akademik të UAMD. Përsa i përket transferimeve, studenti duhet të ketë të paktën 30 kredite të njohura nga ana e komisionit ad-hoc (Evidenca 37) <sup>56</sup> .			
<b>Kriteri 4.</b> Programi i studimit përmban informacionet e nevojshme për programet lëndore (syllabuset) për secilën lëndë për praktikën, seminarin apo orët e laboratorit, si dhe të gjithë komponentët formues të programit brenda dhe jashtë auditorit në përputhje me formatet e miratuara.	Çdo lëndë ka programin lëndor sipas formatit të përcaktuar në aktet nënligjore në fuqi (Evidenca 31) <sup>57</sup> . Ky program lëndor miratohet në departamentin që mbulon lëndën të paktën 10 ditë përpara fillimit të mësimin. Ditën e parë të mësimin, lektori i lëndës duhet të informojë studentët në lidhje me programin lëndor dhe rregullat e vlerësimit (Evidenca 37) <sup>58</sup> .			
<b>Kriteri 5.</b> Përmbajtja e programit të studimit është në përmirësim dhe përditësim të vazhdueshëm dhe në fillim të çdo viti akademik miratohen ndryshimet eventuale dhe arkivohet dosja e plotë.	Personeli akademik i lëndës ka lirinë akademike për të propozuar në departament ndryshimet në programin lëndor në funksion të përditësimit dhe të përmirësimit të tematikave që këto lëndë trajtojnë (Evidenca 39) <sup>59</sup> . Ky proces bëhet çdo fillim semestri dhe ndryshimet e propozuara miratohen në departament përpara fillimit të procesit mësimor për atë semestër. Përgjegjësi i departamentit ruan çdo fillim semestri programet lëndore për të gjithë kurset e ofruara në atë semestër për programin bachelor në Menaxhim Marketing.			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				X

<b>Standardi II.4</b>	
<b>Struktura, organizimi dhe përmbajtja e programeve të studimit është në përputhje me objektivat formuese, nivelin e kualifikimit sipas Kuadrit Kombëtar dhe Evropian të Kualifikimeve, rezultateve të të nxënësve dhe vazhdimin të studimeve, kompetencave në përputhje me kërkesat e tregut të punës.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Emërtimi, përmbajtja e veprimtarive, shpërndarja e lëndëve dhe praktikave, mundësojnë, thellim të njohurive dhe aftësive për	Ngarkesa mësimore javore në auditor, për leksione, seminare, forma të kontrollit të vazhdueshëm të zhvilluara në auditor për programin e studimit Bachelor në "Menaxhim Marketing", është nga 3 orë mësimore 50- minutëshe dhe ka nga një pushim 10 minutësh midis orëve (standardi sipas VKM nr. 41, Dt.24.01.2018 është deri në 25 orë mësimore 50 minutëshe). Pra ngarkesa javore është në përputhje me

<sup>53</sup> Evidenca 37: Rregullore UAMD, neni 66

<sup>54</sup> Evidenca 37: Rregullore UAMD, neni 68

<sup>55</sup> Evidenca 38: Rregullore e provimeve

<sup>56</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD Neni.56

<sup>57</sup> Evidenca 31: Syllabuset e Lëndëve BSc. MM

<sup>58</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD neni.62

<sup>59</sup> Evidenca 39: Raport mbi ndryshimin e Syllabusit të lëndës Kërkim Marketing


<p>studime të mëtejshme dhe/ose punësimin e studentëve.</p>	<p>parashikimet nënligjore në fuqi, kjo gjë vihet re edhe nga orari i ciklit të parë të studimeve (Evidenca 4)<sup>60</sup>. Veprimtaritë formuese të programit të studimit Bachelor në “Menaxhim Marketing”, janë ndërtuar të tilla që të mundësojnë, thellim të njohurive dhe aftësive për studime të mëtejshme dhe/ose punësimin e studentëve. Sipas nen-it 8, pika 4 e rregullores së Bachelor në “Menaxhim Marketing” me qëllim lehtësimin e integritit të studentëve të diplomuar pranë UAMD-së në tregun e punës, ofrohet edhe konvertimi në kredite UsCr. (Evidenca 4).</p> <p>Komponentët mësimorë janë në funksion të bashkëveprimit të studentëve me lektorin e lëndës si dhe në funksion të stimulimit dhe zhvillimit të mendimit krijues/novator dhe kritik. Ofrimi i Praktikës Profesionale (pas riorganizimit të programit të studimit Bsc në MM) si pjesë integrale e planit mësimor për këtë program studimi ka hyre në fuqi në vitin 2021 pas riorganizimit të kurrikules ekzistuese e cila bën të mundur një ndërthurje nga njëra anë teorinë me praktikën dhe nga ana tjetër edukimin brenda kampusit universitar me edukimin jashtë universitetit, nga ana tjetër në vlerësimin e ngarkesës mësimore të studentit janë mbajtur parasysh që marrja e informacionit të mos jetë vetëm teorik por edhe praktik përmes detyrave të kursit/projekteve individuale dhe/ose në grupe Aftësimi teorik dhe praktik i studenteve provohet përmes vlerësimit të provimit të ndërmjetëm, detyrave të kursit/projekteve, detyrimeve përmbyltese, mbrojtjes së Praktikës Profesionale. Lektorin ka një lirshmëri akademike që detyrat e kursit/projektet të cilat çdo lëndë i ka të detyrueshme, mund t'i vlerësojë përgjatë gjithë semestrit kur e planifikon ai të përshtatshme. Forma e realizimit, vlerësimit dhe referuarit e detyrës së kursit/projektit j'u bëhet e ditur studentëve që në orët e para mësimore të fillimit të lëndës. Mundësia për t'u orientuar në raste praktike i aftëson studentët të adaptohen më lehtë në tregun e punës në përfundim të studimeve. Ndërtimi i programit të lëndëve janë bërë në mënyrë të tillë që t'u mundësojë studentëve mundësi transferimi të studimeve, pasi përmbajtja është e krahasueshme me dijet që studenti mund të marrë në institucione të tjera brenda apo jashtë vendit. FB-ja në bashkëpunim me Departamentin e Marketingut bën ekuivalentimin e lëndëve ose programeve të plota të studimit ose diplomave të marra në institucione të tjera të vendit ose të huaja mbas paraqitjes së kërkesës dhe dokumentacionit të nevojshëm nga të interesuarit. Për njohjen e lëndëve, fillohet me paraqitjen e kërkesës së studentit. Studenti duhet të depozitojë programin e lëndës që ka zhvilluar në një program tjetër të njëjtë ose të ngjashëm në një institucion tjetër dhe më pas vlerësohet përputhshmëria e programeve ose lëndëve për të cilat student është i interesuar (Evidenca 23)<sup>61</sup>, (Evidenca 40)<sup>62</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Lëndët/modulet, shpërndarja në vite e semestra, vlerësimi në kredite e orë mësimore mundëson arritjen e objektivave formues të programit të studimit dhe rezultateve të pritshme të të nxënit.</p>	<p>Lëndët e kurrikulës së programit të studimeve Bachelor në “Menaxhim Marketing” janë organizuar në formë të tillë që studenti të ketë një ngarkesë pothuaj të përafërt përgjatë të dy semestrave. Kjo si në aspektin e ngarkesës mësimore ashtu edhe në lidhje me kreditet për çdo semestër. Në të gjashtë semestrat (për çdo semestër) studenti merr 60 kredite (ETCS) nga orët në auditor, 5 kredite (ETCS) nga Praktika Profesionale dhe 6 kredite (ETCS) nga detyrimet përmbyltese. Raporti i orëve në auditor është për të gjitha lëndët në masën 2/3 orë leksionesh dhe 1/3 orë seminaresh ndërkohë që lëndët kanë sasi kreditesh të ndryshme, duke variuar nga 4 kredite në 6 kredite në varësi të kategorisë që ato i përkasin. Kjo shpërndarje mundëson arritjen e objektivave formues të programit të studimit dhe rezultateve të pritshme të të nxënit dhe kërkimit shkencor. Detyrimi për të realizuar një detyrë kurs/projekt në çdo lëndë realizuar në grup ose në mënyrë individuale, përmirëson aftësinë e studentit për të konceptuar, mbledhur, analizuar çështje të caktuara si edhe për të zgjuar aftësitë e komunikimit, prezantimit, dhe të të punuarit në grup. Vlerësimi i studentit me anë të provimeve (provimi i ndërmjetëm dhe provimi përfundimtar realizuar) dhe dorëzimi i Detyrës së kursit, për çdo lëndë mban në çdo moment studentët të angazhuar në përvetësimin e materialit si dhe i ndihmon ata që të vlerësohen pjesërisht (Evidenca 41)<sup>63</sup>.</p>

<sup>60</sup> Evidenca 4: Rregullore e programit të studimeve Bachelor 'MENAXHIM MARKETING'

<sup>61</sup> Evidenca 23: Kurrikula dhe Plani Mësimor BSc MM 2021-2024

<sup>62</sup> Evidenca 40: Studente të punësuar

<sup>63</sup> Evidenca 41: Orari Bachelor 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021, 2021-2022



<p><b>Kriteri 3.</b> Struktura e programit, lëndët, raportit teori praktikë është në përputhje me profilin e programit të studimit dhe e përafërt me programe të ngjashme ndërkombëtare.</p>	<p>Struktura e programit të studimit Bachelor në “Menaxhim Marketing”, është ofron dhe tenton të mbulojë nevojat në tregun e punës ne ditet e sotme duke u pershtatur dhe me ndryshimet e shpejta ne teknologji dhe informacion. Natyra e lëndëve të ofruara dhe ngarkesa e tyre ne ECTS dhe UsCr siguron një integrim më të thellë në tregun kombëtar dhe ndërkombëtar të punës. Për ngritjen e këtij programi studimi dhe përmirësimin e vazhdueshëm të strukturës kurrikulare, janë shfrytëzuar eksperiencia ndërkombëtare nga vende të zhvilluara. Kjo i ka ndihmuar studentët të kenë lehtësira në njohjen dhe ekuivalentimin e diplomës së tyre (Evidenca 4)<sup>64</sup></p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Ndarja sipas veprimtarive formuese dhe raportet midis formimit teorik dhe praktik mundësojnë arritjen e objektivave formues, transferim të studimeve, mobilitet dhe punësim në përfundim të studimeve.</p>	<p>Veprimtaritë formuese të programit të studimit Bachelor në “Menaxhim Marketing”, janë ndërtaur të tilla që të mundësojnë, thellim të njohurive dhe aftësive për studime të mëtejshme dhe/ose punësimin e studentëve. Sipas nen-it 8, pika 4 e rregullores së Bachelor në “Menaxhim Marketing”, me qëllim lehtësimin e integritimit të studentëve të diplomuar pranë UAMD-së në tregun e punës, ofrohet edhe konvertimi në kredite UsCr (Evidenca 4)<sup>65</sup>, (Evidenca 42)<sup>66</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 5.</b> Syllabuset (programet e lëndëve /moduleve) përditësohen në mënyrë të vazhdueshme për marrjen e kompetencave në përputhje me kërkesat e tregut të punës, duke përfshirë literaturën bazë dhe ndihmëse të viteve të fundit.</p>	<p>Modeli i programit të lëndës që përdoret për hartimin e syllabus-eve, në programin e studimit Bsc. “Menaxhim Marketing” përmban të gjithë elementët sipas përcaktimeve të VKM-së nr. 41, Dt. 24.01.2018: Pika 2.8. Syllabuset e të gjitha lëndëve në këtë program studimi janë në përputhje me këto përcaktime duke filluar me pasqyrën informative të lëndës, rezultatet e të nxëniet, konceptet themelore, temat e detajuara të lëndës, format e kontrollit të dijeve, frekuentimi, kontrolli i vazhdueshëm, literaturë, përcaktim të kategorisë së lëndës dhe në fund vërejtje përfundimtare nga lektori i lëndës dhe kodin e etikës. Pjesa e literaturës në çdo syllabus përbëhet nga literatura bazë e detyrueshme, e cila ofrohet në gjuhën shqipe dhe literatura ndihmëse, e cila ofrohet në gjuhë shqipe dhe/ose të huaj. E gjithë literature bazë e detyrueshme është e miratuar në Njësinë Bazë sipas Rregullores së Këshillit të Botimeve. Literatura pasi miratohet në departament i përcillet Njësisë Kryesore. Ajo ndodhet në bibliotekat e Fakultetit dhe Universitetit, si dhe një kopje në departament. Edhe ciklet e leksioneve dhe prezantimet power point ndodhen në bibliotekat e përmendura më sipër dhe në departament (Evidenca 43)<sup>67</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 6.</b> Përmbajtja e programit të studimit garanton përfitimn e dijeve, aftësive dhe kompetencave të synuara.</p>	<p>Përditësimi i programit të lëndëve (syllabus dhe material mësimore) realizohet periodikisht duke u bazuar në literaturat e reja apo zhvillimet më të fundit në këtë fushë (Evidenca 44)<sup>68</sup>. Literatura përditësohet në mënyrë të vazhdueshme dhe ndryshimet e bëra reflektohen në syllabuset e lëndëve çdo vit. Përgjegjësia për përditësimin e programeve të lëndëve është e personelit akademik që është përgjegjës për t’i ofruar ato. Propozimet për ndryshime mund të paraqiten në departament çdo fillim semestri mësimor. Organizimi i programit të studimit për Bsc “Menaxhim Marketing” dhe lëndët e ofruara në këtë program, janë në përputhje me kërkesat e një programi të ciklit të parë të studimeve. Programi ndërtohet duke u bazuar në kërkesat ligjore të cilat përcaktojnë qartë raportin mes Lëndëve bazë, lëndë karakterizuese, lëndë ndërdisiplinore dhe lëndë plotësuese. Dizenjimi i lëndëve është bërë për përfitimn të njohurive bazë dhe atyre specifike të cilat duhet të përputhen me karakteristikat që duhet të plotësojë një specialist menaxhimi dhe marketingu që të quhet i tillë. Studentët vlerësohen në mënyrë të vazhdueshme, pjesërisht dhe/ose plotësisht duke u dhënë mundësi të plotësojnë njohuritë dhe të sqarojnë paqartësitë përgjatë semestrit.</p>
<p><b>Kriteri 7.</b> Përmbajtja e programit të studimit mundëson vijimin e</p>	<p>Programi i studimit Menaxhim Marketing është një program i dizenuar me kujdes dhe me objektiva të qarta të mirëpërcaktuara (Evidenca 45)<sup>69</sup>. Komponentët mësimorë</p>

<sup>64</sup> Evidenca 4: Rregullore e programit te studimeve Bachelor 'MENAXHIM MARKETING'

<sup>65</sup> Evidenca 4: Rregullore e programit te studimeve Bachelor 'MENAXHIM MARKETING'

<sup>66</sup> Evidenca 42: Lista e mobiliteteve te studenteve dhe stafit akademik ne FB 2016 - 2022 dhe Mobility agreement

<sup>67</sup> Evidenca 43: Rregullore e këshillit të botimeve

<sup>68</sup> Evidenca 44: Raport mbi ndryshimin e Syllabusit te lendes Kerkim Marketing

<sup>69</sup> Evidenca 45: Përshkrimi BSc MM kurikula 2021-2024

mëtejshëm të studimeve dhe/ose punësimin e studentëve në përshtatje me pritshmëritë e kërkesat e tregut e punës.

dhe veprimtaritë e tjera formuese, janë në funksion të bashkëveprimit të studentëve me lektorin e lëndës si dhe në funksion të stimulimit dhe zhvillimit të mendimit krijues/novator dhe kritik. Përmbajtja e lëndëve përshtatet plotësisht me emërtimin e tyre. Përmbajtja e programit të studimit si dhe shpërndarja e zhvillimit të lëndëve realizohet për të arritur aftësimin e studentëve bazuar në nivelin e vështirësisë së lëndëve, ndërlidhjen midis tyre, kërkesat e tregut të punës si dhe kërkesat për vazhdimësinë e studimeve për programet e ciklit të dytë. Në funksion të dhënies së dijeve sa më bashkëkohore dhe hapjes së mundësive për studime të mëtejshëm, disa prej lëndëve lektorohen në gjuhën Angleze (Evidenca 46)<sup>70</sup>, (Evidenca 55)<sup>71</sup>. Ofrimi i Praktikës Profesionale si pjesë integrale e planit mësimor për këtë program studimi bën të mundur një ndërthurje nga njëra anë teorinë me praktikën dhe nga ana tjetër edukimin brenda kampusit universitar me edukimin jashtë universitetit. Nga ana tjetër në vlerësimin e ngarkesës mësimore të studentit janë mbajtur parasysh që marrja e informacionit të mos jetë vetëm teorik por edhe praktik përmes detyrave të kursit/projekteve individuale dhe/ose në grupe. Aftësimi teorik dhe praktik i studenteve provohet përmes vlerësimit të provimit të ndërmjetëm, detyrave të kursit/projekteve, provimit përfundimtar, mbrojtjes së Praktikës Profesionale si dhe mbrojtjes së temës së diplomës ose provimit të formimit. Në programin e studimit Menaxhim Marketing studentët pajisen me njohuritë e duhura për të performuar me cilësi në tregun e punës. Njohuritë e marra janë *së pari*, të karakterit të përgjithshëm ekonomik ku përmes lëndëve bazë dhe atyre ndërdisiplinore të zhvilluara kryesisht në vitin e parë dhe të dytë, studentët pajisen me njohuritë bazë në ekonomi që do ndihmojnë të vlerësojnë dhe analizojnë si duhet situatat në një mjedis ekonomik kompleks. Së dyti, përmes shumë lëndëve karakterizuese me fokus më të shtuar në vitin e tretë të studimeve, ata zhvillojnë aftësi analitike dhe të menduarit kritik si dhe aftësi praktike e komunikative për të menaxhuar marketingun si në sektorin privat ashtu edhe në sektorin publik. Shpërndarja e lëndëve në vite e semestra ka për synim të përbushë plotësisht objektivat e këtij programi (Evidenca 47)<sup>72</sup>.

Departamenti i marketingut ka lidhur një sërë marrëveshesh bashkëpunimi me organizata të ndryshme biznesi përmes të cilave studentët tanë kanë mundësinë e zhvillimit të praktikave mësimore si dhe të punësohen në përfundim të studimeve (Evidenca 16)<sup>73</sup>. Përmbajtja e këtij programi studimi është në përputhje me programet e ngjashme në institucionet e tjera të arsimit të lartë dhe kjo ka mundësuar transferimin e studentëve si dhe mobilitetet e tyre pa hasur në problematika. (Evidenca 48)<sup>74</sup>.

Studentët që përfundojnë programin e studimit Bachelor në Menaxhim Marketing përfitojnë njohuri akademike dhe aftësi profesionale të avancuara në fushën e tyre të studimit me një peshë më të madhe në vitin e tretë të studimeve ku dijet profesionale kalojnë në një stad më të avancuar. Pas përfundimit të studimeve ata janë plotësisht të aftë vazhdojnë studimet e ciklit të dytë të studimeve, apo të performojnë në tregun e punës si specialist shitjesh, specialist komunikimi, menaxher produkti specialist në marrëdhënie me publikun etj. Ata janë pajisur me njohuritë e duhura dhe shprehitë praktike për të analizuar e vlerësuar situata komplekse dhe të paparashikueshme, duke marrë parasysh se jetojmë në një mjedis ekonomik tepër dinamik (Evidenca 49)<sup>75</sup>.

Studentët në këtë cikël studimesh marrin njohuri bazë në fushën e menaxhimit e marketingut si dhe koncepte bazë të mbledhjes së të dhënave në kuadër të një studimi tregu, apo në fusha të tjera si marketingu digjital. Shumë prej fushave të kompetencës

<sup>70</sup> Evidenca 46: Plani Mesimor Bsc. MM 2021-2024

<sup>71</sup> Evidenca 55: Syllabuse Anglisht MM

<sup>72</sup> Evidenca 47: Oraret e Sem.I dhe Sem.II 2020-2021, 2021-2022

<sup>73</sup> Evidenca 16: Marrëveshjet e bashkëpunimit Dep Marketingut

<sup>74</sup> Evidenca 48: Lista e Studentëve që ka përfituar nga Programi Erasmus+, Praktikë për Mobilitet të Studentëve; Mobilitet Studentëve të huaj

<sup>75</sup> Evidenca 49: Të dhëna ALUMNI mbi punësimin e studentëve



	që preken në mënyrë më të përgjithshme në ciklin e parë të studimit, i gjejmë të thelluaa në lëndët që zhvillohen në ciklin e dytë të studimit MP dhe MSc “Menaxhim Marketing”. Qëllimi është kalimi sa më normal në Ciklin e dytë të studimeve i cili jep njohuri të thelluara në fushën e Menaxhim Marketingut (Evidenca 46) <sup>76</sup> .			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi II.5	
Institucioni i arsimit të lartë nxit përfshirjen e studentëve dhe partnerëve, rrjeteve dhe organizmave të tjera në hartimin dhe përmirësimin e vazhdueshëm të programit të studimit dhe realizimin me sukses në përputhje me objektivat e tyre.	
Kriteret	Vlerësimi
<p><b>Kriteri 1.</b> Për përmirësimin e përmbajtjes së programit të studimit dhe për përshtatjen sa më mirë me kërkesat e tregut të punës, gjatë hartimit dhe ecurisë së programit të studimit, njësitë përgjegjëse konsultohen dhe marrin parasysh propozimet e institucioneve partnere, të diplomuarve, dhe aktorëve të tjerë nga tregu i punës.</p>	<p>Indicja e parë për përmirësimin e programit të studimit Bsc “Menaxhim Marketing” ashtu si për çdo program tjetër studimi që ofron Departamenti i Marketingut pranë Fakultetit të Biznesit në UAMD vjen nga sugjerimet e lektorëve të departamentit, nga sugjerimet e studentëve dhe nga kërkesa të subjekteve të tjera si p.sh biznese me të cilat DM ka bashkëpunim (Evidenca 112)<sup>77</sup>, (Evidenca 119)<sup>78</sup>. Studentët mund t’a shprehin sugjerimin e tyre te pyetëtori i vlerësimit të lektorit, pika Komente/sugjerime shtesë, mund të depozitojnë kërkesën pranë departamentit në lidhje me riorganizimin e këtij programi (Evidenca 50)<sup>79</sup>. Mbatja e kontakteve me studentët e diplomuar është një vlerë e shtuar për të përmirësuar punën në vazhdim (Evidenca 51)<sup>80</sup>. Pas shqyrtimit të të gjitha sugjerimeve Njësia Bazë merr vendimin për riorganizimin ose jo të programit të studimit dhe në qoftë se vendimi është pozitiv i drejtohet memo Njesisë Kryesore e cila e përcjell në instancat më lart duke i paraqitur kërkesën e miratuar në departament (Evidenca 23)<sup>81</sup>.</p> <p>Pasi miratohet riorganizimi i programit të studimit, bëhet një relacion me ndryshimet përkatëse që i drejtohet Njesisë Kryesore. Gjithashtu dërgohet edhe kurrikula që është miratuar pas riorganizimit të programit të studimit. Më pas, sipas rregullores së sistemit të brendshëm të cilësisë së UAMD, Neni 6, paragrafi “Vlerësimi i Cilësisë së Programeve të Studimit”, theksohet se përcaktimi i kriterëve dhe afateve të hartimit, ristrukturimit dhe përmirësimit të programeve sipas përcaktimeve ligjore dhe nënligjore, bëhet duke u bazuar në modelet e brendshme të UAMD-së (Evidenca 37)<sup>82</sup>. Drejtoria e Kurrikulës dhe Standarteve të Cilësisë gjykon nëse programi i studimit (i përmirësuar) plotëson kërkesat e Universitetit dhe a është i krahasueshem me programe të ngjashme të ofruara edhe në vende të tjera apo në Shqipëri si dhe nëse kurrikula ofron një përvojë të vlefshme për studentët. Por duhet theksuar se gjatë hartimit të procedurave për hartimin, miratimin dhe rishikimin e programit, është e rëndësishme të shqyrtohet:</p> <p>1. Arsyetimi i zhvillimit të kurrikulave duke u justifikuar në bazë të nevojave të studentëve, ofertës, kërkesës dhe sfondit të zhvillimit të kurrikulës së mëparshme.</p>

<sup>76</sup> Evidenca 46: Plani Mësimor BSc MM 2021-2024

<sup>77</sup> Evidenca 112: Kerkese nga studentet per lende te reja ne kurrikulen e BSC MM

<sup>78</sup> Evidenca 119: Sugjerim nga nje biznes mbi riorganizimin e programit Bsc Menaxhim Marketing

<sup>79</sup> Evidenca 50: Formulari i Vlerësimit të Lektorëve nga Studentët

<sup>80</sup> Evidenca 51: Shoqata ALUMNI dhe aktivitetet

<sup>81</sup> Evidenca 23: Kurrikula dhe Plani Mësimor BSc MM 2021-2024

<sup>82</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD

	<p>2. Qëllimet dhe objektivat e kurrikulës duhet të përafrohen me misionin kryesor, synimet dhe vizionin e UAMD-së.</p> <p>3. Strategjitë e mësimdhënies dhe mësimnxënies.</p> <p>4. Strategjia e vlerësimit, duke përfshirë hartimin dhe vendosjen e vlerësimeve.</p> <p>5. Stafit akademik që do të lektorojë në këtë program studimi</p> <p>6. Syllabuset e lëndëve</p> <p>7. CV-të e stafit akademik.</p> <p>Strategjia e implementimit të programit të studimit</p>			
<p><b>Kriteri 2.</b> Institucioni nxit dhe përfshin në diskutime studentët dhe strukturat e tyre, mban kontakte dhe konsultohet vazhdimisht me studentët e diplomuar, për përmirësimin e programit të studimit, dhe reflektimin kur ato janë në ndihmë të përmirësimit të programit të studimit.</p>	<p>Institucioni (UAMD) inkurajon dhe përfshin në diskutime në kuadër të përmirësimit të programit të studimit edhe studentët dhe strukturat e tyre. Në kuadër të procedurës për zhvillimin dhe përmirësimin e programit të studimit, Njësia Bazë Përgjegjëse e Programit të Studimit Bsc “Menaxhim Marketing” ka marrë në konsideratë edhe mendimet dhe shqetësimet e studentëve që kishin mbaruar këtë program studimi por edhe student që ishin në vazhdim të tij. Por sipas rregullores së Programit të Studimit Bsc “Menaxhim Marketing” (Evidenca 34)<sup>83</sup>, Neni 8, pikat 2 kemi se:</p> <p>“Plani mësimor është pasqyra e lëndëve të ofruara nga një program studimi ku përcaktohen lëndët e programit të studimit, të ndara sipas kategorive të veprimitarive formuese, dhe shpërndarja e tyre përgjatë kohëzgjatjes normale të programit të studimit në vite e semestra. Ai hartohet nga njësia bazë, miratohet nga dekanati përkatës dhe në përfundim dërgohet për miratim në Senat Akademik”.</p>			
<p><b>Kriteri 3.</b> Njësia përgjegjëse përmirëson, përditëson, përshtat programin e studimit në përputhje me propozimet dhe zhvillimet e fundit në fusha të ndryshme në bashkëpunim me rrjete profesionistësh, shoqata, urdhra profesionale (veçanërisht në fushën e mjekësisë) dhe institucione publike e private.</p>	<p>Departamenti Marketing përditëson në mënyrë të vazhdueshme dhe riorganizon programe në përputhje me vizionin strategjik të zhvillimit të ekonomisë shqiptare në përgjithësi dhe fushës së marketingut të ndërthurur me teknologjinë në veçanti. Këto rregullime bëhen në përputhje me prioritetet dhe nevojat e tregut të punës dhe me prioritetet strategjike të zhvillimit të vendit. Komunikimi vazhdueshëm me organizatat e biznesit si dhe organizma si Dhomat e Tregëtisë me të cilat Fakulteti i Biznesit ka marrëveshje bashkëpunimi, ka bërë që të thithet mendimi i këtyre grupeve të interesit. Kjo është realizuar edhe përmes aktiviteteve të përbashkëta siç është Panairi i Punës, që organizohet nga FB në bashkëpunim me organizata biznesi dhe dhomat e tregëtisë. Në kuadër të këtij aktiviteti organizohet një Forumi I përbashkët ku rihen mendime e hidhen propozime se si programet tona të studimit të reflektojnë më mirë nevojat e tregut të punës. Këtu është rasti të përmendim angazhimin institucional të Departamentit të Marketingut së bashku me Fakultetin e Biznesit për hapjen e një program të ri në fushën e “Komunikim dhe Marketing Digjital”. Në focus të këtij program studimi është ndërthurja e marketingut me teknologjinë bashkëkohore digjitale si dhe me fushën sociale të komunikimit si çelës kryesor për të zgjidhur problemet që lidhen me fushën e marketimit të produkteve apo ideve në tregun e punës kombëtar dhe/ose ndërkombëtar. Ndërkombëtarizmi ka marrë gjithashtu një fokus të veçantë dhe janë bërë përpjekje të vazhdueshme në rang institucional për tu bërë pjesë e rrjeteve të ndryshme universitare përmes së cilave shkëmbehen ide dhe eksperiencia nga më të përparuarat (Evidenca 52)<sup>84</sup>, (Evidenca 53)<sup>85</sup>, (Evidenca 17)<sup>86</sup></p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p><b>Nuk përmbushet</b></p>	<p><b>Përmbushet pjesërisht</b></p>	<p><b>Përmbushet kryesisht</b></p>	<p><b>Përmbushet plotësisht</b></p>
				<p><b>X</b></p>

<sup>83</sup> Evidenca 34: Rregullore e Departamentit Marketing

<sup>84</sup> Evidenca 52: Strategjia e Ndërkombëtarizimit UAMD

<sup>85</sup> Evidenca 53: Anëtarësim në rrjetin UNIMED

<sup>86</sup> Evidenca 17: Raport Vjetor UAMD 2020-2021 faqe 36

Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës II	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

### III. MËSIMDHËNIA, MËSIMNXËNIA, VLERËSIMI DHE KOMPETENCAT

Standardi III.1 Institucioni i arsimit të lartë garanton procesin e të nxënit, aftësimin profesional e shkencor me metodat dhe praktikat më të mira me në qendër studentin, që sigurojnë arritjen e rezultateve.	
Kriteret	Vlerësimi
<b>Kriteri 1.</b> Format e mësimdhënies, mësimnxënies dhe transmetimit të dijeve e njohurive janë leksionet, seminarët, punët laboratorike, detyrat e kursit/esetë, projektet, praktikat profesionale e klinike, orët e hapura dhe çdo formë tjetër e miratuar nga institucioni.	<p>Në ciklin e I-rë të studimeve "Bachelor", stafi akademik ndjek me përpikmëri përcaktimet sipas kuadrit ligjor e rregullator mbi format e mësimdhënies, mësimnxënies e transferimit të njohurive. Sipas nenit 51 të rregullores së Fakultetit të Biznesit dhe nenit 11 të rregullores së Bachelor "Menaxhim Marketing":</p> <p>a. Puna mësimore me studentët përfshin një larmi formash të mësimdhënies, mësimnxënies dhe të kontrollit të dijeve. Këto forma parashikohen në planet mësimore, programet e lëndëve, dhe rregulloren mësimore të programit të Njësisë Kryesore dhe në rregulloren e programit të studimit.</p> <p>b. Format e mësimi teorik e praktik janë: leksionet, seminarët, ushtrimet, praktikat, detyrat e kursit, projektet e kursit, projekte në laboratorin e Marketingut etj. Frekuentimi i orëve teorike dhe praktike sipas nenit 16 të rregullores së Bachelor "Menaxhim Marketing" është i detyrueshëm në masën 75% dhe kohëzgjatja e seancave mësimore është 50 minuta.</p> <p>c. Format e kontrollit të dijeve: provimet ndërmjetëse, mbrojtja e detyrave dhe e projekteve të kursit, provimet e ndërmjetme provimet përfundimtare, mbrojtja e detyrimeve përmblylëse. (Evidenca 4)<sup>87</sup>.</p>
<b>Kriteri 2.</b> Personeli akademik respekton dhe u përgjigjet larmisë dhe nevojave të studentëve, duke ofruar forma, mënyra, metoda e mundësi alternative të mësimdhënies e mësimnxënies.	Sipas nenit 22, pika 6 të rregullores së Bachelor "Menaxhim Marketing" në të gjitha format e provimit përdoret sistemi i vlerësimit me 1000 pikë, ku vlera përkatëse detyrimisht konvertohet në notë. Në përfundim të javës së VI ose të VII të secilës lëndë është parashikuar zhvillimi i provimit të ndërmjetëm i cili përfshin 40% të vlerësimit përfundimtar dhe javën e XV ose XVI është parashikuar provimi përfundimtar i cili përfshin 50% të vlerësimit përfundimtar dhe 10% të vlerësimit përfundimtar është parashikuar të jetë detyra e kursit individuale dhe/ose në grup. Lëndët klasifikohen në pesë grupe kryesore: lëndë të detyrueshme, lëndë karakterizuese, lëndë ndërdisiplinore/integruese, lëndë plotësuese dhe detyrime përmblylëse (Evidenca 15) <sup>88</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Institucioni mbështet personelin akademik në përmirësimin e kompetencave didaktike dhe në përputhje me rezultatet e pritshme të të nxënit.	UAMD-ja në përgjithësi dhe Fakulteti i Biznesit në veçanti në funksion të përmirësimit të kompetencave didaktike dhe të aplikimit të formave bashkëkohore të mësimdhënies ka investuar në teknologji të reja për të rritur mundësinë që orët të caktuara mësimore apo tema leksioni të caktuara të mund të zhvillohen në mënyrë më aplikative (Evidenca 55) <sup>89</sup> . Institucioni për të mbështetur personelin e vet akademik në mundësinë e përdorimit të mjeteve të përshtatshme në lidhje me përdorimin e metodave të shumëllojshme ka pajisur sallat e zhvillimit të orëve mësimore me infrastrukturë të përshtatshme si p.sh priza dhe linja internet në secilën prej tyre. Në

<sup>87</sup> Evidenca 4: Rregullore e Programit të Studimeve Bachelor "Menaxhim Marketing"

<sup>88</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>89</sup> Evidenca 55: Foto të laboratorëve

	<p>këtë mënyrë stafi akademik mund të përdorë mjete didaktike si video-projektorë ose mjete të tjera elektronike të cilat i vijnë në ndihmë për të arritur rezultatet e pritshme të të nxëniet në lidhje me objektivat formues dhe kërkesat e punëdhënësve. Gjithashtu në UAMD ka një numër të konsiderueshëm laboratorësh nga të cilat vetëm në Fakultetin e Biznesit funksionojnë dy laboratore bashkëkohorë të cilët përdoren nga lektorët për kryerjen e orëve të veçanta në të cilat duhet të lidhin teorinë me praktikën në lëndë të caktuara. Institucioni herë pas here nëpërmjet Qendrës së Edukimit në Vazhdim organizon edhe trajnime për stafin akademik me gradën Msc.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Personeli akademik i angazhuar në mësimdhënien në program është kompetent në shpjegimin e njohurive dhe koncepteve, përdor metoda të ndryshme të mësimdhënies interaktive dhe diskutime me në qendër studentin, nxit te student mendimin krijues, atë kritik si dhe autonominë e përgjegjshmërinë Në të njëjtën kohë siguron udhëheqjen, mbështetjen dhe ndërtimin e marrëdhënies të respektit të ndërsjellë mes tyre.</p>	<p>Në termat e infrastrukturës mësimore, e cila është detyrë dhe përgjegjësi direkte e stafit akademik, gjendja paraqitet mjaft e mirë. Për të gjitha lëndët që stafi akademik i Departamentit të Marketingut që zhvillon, ekzistojnë tekste dhe cikle leksionesh të miratuara në departament apo dhe materiale të tjera ndihmëse. Stafi akademik i brendshëm dhe i jashtëm i Departamentit të Marketingut pranë Fakultetit të Biznesit përveç tabelave me lapustil gjatë zhvillimit të orëve mësimore, përdor edhe video-projektorët që ka vendosur në dispozicion Institucioni vetëm për këtë departament. Kjo krijon një mjedis më të favorshëm në funksion të transferimit të dijeve te studentët. Pajisja e studenteve me tekste, dhe cikël leksionesh ka qenë një nga prioritetet kryesore që ka pasur ky departament dhe vërehet se është bërë një punë mjaft e madhe në këtë drejtim. Stafi akademik titullar i angazhuar në programin e studimeve të cikit të parë Bachelor “Menaxhim Marketing”, plotëson kriteret ligjore të kualifikimit. Stafi akademik i angazhuar në mësimdhënie në këtë program është më së shumti i kategorisë doktor ose profesor. (Evidenca 56)<sup>90</sup>, (Evidenca 9)<sup>91</sup>, (Evidenca 8)<sup>92</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 5.</b> Njësia përgjegjëse për ofrimin e programit të studimit, vlerëson dhe përmirëson format e metodat e mësimdhënies në mënyrë periodike, duke përfshirë studentët në këtë proces dhe duke reflektuar mendimet e këshillat e tyre.</p>	<p>Për një rritje të cilësisë së mësimdhënies dhe përmirësimit të metodave të mësimdhënies institucioni ka disa mënyra për të vlerësuar format e metodat e mësimdhënies.</p> <p>a. Njësia kryesore njofton stafin akademik për ditën dhe orën ku do të jenë të pranishëm përfaqësues të saj dhe një pjesë e stafit akademik gjatë një ore mësimore me qëllim që të vëzhgojë formën e metodave të mësimdhënies që ai përdor.</p> <p>b. Njësia Bazë që mbulon Bachelor “Menaxhim Marketing” në mënyrë që stafi i ri akademik i ardhur në departament të marrë eksperiencë nga stafi akademik i vjetër dhe anasjelltas që stafi akademik i vjetër të njihet me metodologji më bashkëkohore në lidhje me mësimdhënien organizojnë orë mësimore të hapura.</p> <p>c. Departamenti i Marketingut, sipas rastit, shikon mundësinë e leksioneve të hapura ku të ftuar të jenë përfaqësues nga komuniteti i biznesit dhe institucione të tjera pune, të cilat janë të lidhura me fushat e studimit në Fakultetin e Biznesit dhe në Departamentin e Marketingut. Kjo ju mundëson studentëve që të njihen me natyrën e punës së tyre dhe problematikën përkatëse në fushën e marketingut.</p> <p>d. Një mënyrë reflektimi dhe përmirësimi në lidhje me format dhe metodat e mësimdhënies janë edhe rezultatet e marra nga pyetsori i studentëve te rubrika Komete/Sygerime shtesë. (Evidenca 50)<sup>93</sup>, (Evidenca 57)<sup>94</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 6.</b> Institucioni organizon struktura/ njësi në nivel institucional që promovojnë përmirësimin e vazhdueshëm të mësimdhënies, koordinojnë dhe bashkërendojnë me njësitë kryesore/bazë aktivitetet në kuadër të përmirësimit të cilësisë së mësimdhënies. Strukturat dhe njësitë</p>	<p>Stafi akademik kryesisht ata me gradën Msc trajnohen vazhdimisht nga Qendra e Edukimit në Vazhdim me qëllim përmirësimin e aftësive të mësimdhënies dhe përdorimin e metodave të reja në mësimdhënie. Trajnime marrin gjithashtu edhe pjesa tjetër e stafit akademik të departamentit në mënyrë të tërthortë në kuadër të aktiviteteve vjetore që ka planifikuar Njësia Bazë që në fillim të vitit akademik<sup>95</sup>. Një mënyrë tjetër trajnime për stafin akademik të departamentit është edhe referimet që vijnë nga lektorë kombëtarë dhe ndërkombëtarë gjatë zhvillimit të konferencës ISCOIM që zhvillon departamenti, e cila është shumë specifike. Në këtë konferencë trajtohen çështje të marketingut me metoda dhe metodologji të ndryshme (Evidenca 22)<sup>96</sup>.</p>

<sup>90</sup> Evidenca 56: Stafi akademik i Departamentit të Marketingut

<sup>91</sup> Evidenca 9: Të dhëna të detajuara të stafit të Departamentit Marketing

<sup>92</sup> Evidenca 8: Lektorët me fusha specifike

<sup>93</sup> Evidenca 50: Formulari i vlerësimit të lektorëve nga studentët

<sup>94</sup> Evidenca 57: Tabela e Vlerësimit të stafit akademik nga Rektorati

<sup>95</sup> <https://uamd.edu.al/qendra-per-edukim-ne-vazhdim/>

<sup>96</sup> Evidenca 22: Call for Papers - ISCOIM 2022

përgjegjëse mbështesin eksperimentimin dhe zhvillimin e metodave të reja inovative të mësimdhënies, trajnojnë vazhdimisht personelin akademik për përmirësimin e aftësive të mësimdhënies dhe zbatimit të metodave të reja.				
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				X

<b>Standardi III.2</b>	
<b>Institucioni harton rregullore dhe procedura të posaçme të testimit e vlerësimit të njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale dhe garanton zbatimin e tyre.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<p><b>Kriteri 1.</b> Kriteret dhe mënyra e testimit e vlerësimit të njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale përcaktohen në Rregulloren e programit të studimit/Rregulloren e Institucionit/rregullore të posaçme, bëhen publike dhe njihen nga studentët.</p>	<p>Kriteret dhe mënyrat e testimit dhe vlerësimit të njohurive të studentëve janë të përcaktuara qartësisht në rregulloren e UAMD- së në nenin 68, në rregulloren e FB-së në nenin 59, në rregulloren e programit Bachelor “Menaxhim Marketing” në nenin 22 të saj si dhe në rregulloren e provimeve të FB-së neni 4. Në këtë mënyrë, forma e vetme e vlerësimit të dijeve, aftësive apo njohurive të përvetësuara nga studentit gjatë orëve mësimore bëhet vetëm me provim me shkrim, në të cilin përfshihen provimi i ndërmjetëm, detyrat e kursit/projektet dhe provimi përfundimtar. Në format e kontrollit përdoret sistemi i vlerësimit me pikë, rezultati i të cilit kthehet në notë sipas formulës së përcaktuar me vendim të Senatit Akademik.</p> <p>a. Provimi i ndërmjetëm është një element i vlerësimit të vazhduar të dijeve. Ky provim përmban 400 pikë ose 40% të vlerësimit përfundimtar. Ky provim realizohet javën e shtatë ose të tetë të semestrit.</p> <p>b. Detyrat e kursit/projektet përbëjnë 10% të vlerësimit përfundimtar. Ato mund të zhvillohen si detyrë kursi individuale dhe/ose në grup, projekte individuale dhe/ose në grup dhe esetë sipas programit të lëndës së miratuar.</p> <p>c. Provimi përfundimtar zhvillohet javën e pesëmbëdhjetë ose të gjashtëmbëdhjetë dhe përmban 500 pikë ose 50% të vlerësimit përfundimtar. Nota kaluese arrihet kur student të ketë grumbulluar në total nga provimi i ndërmjetëm, detyra e kursit/projekti dhe provimi përfundimtar 505 pikë.</p> <p>Ndërkohë që detyra e kursit/projekti zhvillohet gjatë semestrit. Mënyrën dhe kohën e mbrojtjes së saj e përcakton lektori. Provimi i ndërmjetëm dhe ai përfundimtar zhvillohen sipas afateve të caktuara në kalendarin e miratuar të vitit akademik. Datat e provimeve dhe asistimet përcaktohen dhe bëhen publike nga Fakulteti të paktën një javë para zhvillimit të tyre. Në provim janë të pranishëm stafi akademik i lëndës si dhe stafi akademik asistues i caktuar nga përgjegjësi i departamentit. Përveç autoriteteve drejtuese, gjatë zhvillimit të provimit nuk mund të jenë të pranishëm persona të tjerë. Për çdo seksion stafi akademik duhet të përgatisë 4 teza të ndryshme provimi, të cilat duhet të jenë të përgatitura sipas formatit të miratuar në Njësinë Bazë dhe nënshkruhen nga Përgjegjësi i Departamentit jo më vonë se dita e fundit e javës që i paraprin provimit. Në orën mësimore pasardhëse stafi akademik shpjegon provimet e ndërmjetme dhe ballafaqon rezultatet e provimeve me studentët në mënyrë që të sigurohet transparenca e vlerësimit. Në rastin e provimit përfundimtar stafi akademik i lëndës cakton orën dhe datën kur do të bëjë të ditur rezultatet e provimit. Dita e vendosur duhet të jetë jo më pak se 72 orë pas zhvillimit të provimit, sepse pas 72 orësh duhet që notat të hidhen në sistem. Këtë informacion student mund t'a gjejë edhe tek syllabuset e lëndëve dhe planet kalendarikë të cilët janë të hapur në faqen e</p>

	Universitetit (Evidenca 37) <sup>97</sup> , (Evidenca 15) <sup>98</sup> , (Evidenca 34) <sup>99</sup> , (Evidenca 38) <sup>100</sup> , (Evidenca 58) <sup>101</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Në fillim të çdo lëndë/moduli studentët informohen me metodologjinë e testimit e vlerësimit të njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale e shkencore të parashikuara në syllabuset e lëndëve/moduleve nga titullari i lëndës/modulit.	Sipas nenit 53 të rregullores së Fakultetit të Biznesit dhe nenit 14 të rregullores së Bachelor “Menaxhim Marketing”: Kur pedagogu i lendes fillon oren e pare informon studentet mbi permbatjen e e syllabusit dhe objektivat e lendes. a. Puna mësimore me studentët përfshin një larmi formash të mësimdhënies, mësimnxënies dhe të kontrollit të dijeve. Këto forma parashikohen në planet mësimore, programet e lëndëve, dhe rregulloren mësimore të programit të Njësisë Kryesore dhe në rregulloren e programit të studimit. b. Format e mësimimit teorik e praktik janë: leksionet, seminarët, ushtrimet, praktikat profesionale, detyrat e kursit, projektet e kursit, etj. Frekuentimi i orëve teorike dhe praktike sipas nenit 17 të rregullores së Bachelor “Menaxhim Marketing” është i detyrueshëm në masën 75% dhe kohëzgjatja e seancave mësimore është 50 minuta.
<b>Kriteri 3.</b> Testimi e vlerësimi i njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale e shkencore realizohet në forma dhe mënyra të ndryshme, duke i dhënë mundësi studentit të demonstrojë njohuritë dhe kompetencat e fituara.	c. Format e kontrollit të dijeve: provimet ndërmjetëse, mbrojtja e detyrave dhe e projekteve të kursit, mbrojtja e praktikave profesionale, provimet provimet përfundimtare, detyrimet përmbyllëse. Sipas nenit 23, pika f të rregullores së programit Bachelor “Menaxhim Marketing” në të gjitha format e provimit përdoret sistemi i vlerësimit me 1000 pikë, ku vlera përkatëse detyrimisht konvertohet në notë. Në përfundim të javës së VI ose të VII të secilës lëndë është parashikuar zhvillimi i provimit të ndërmjetëm i cili përfshin 40% të vlerësimit përfundimtar dhe javën e XV ose XVI është parashikuar provimi përfundimtar i cili përfshin 50% të vlerësimit përfundimtar dhe 10% të vlerësimit përfundimtar është parashikuar të jetë detyra e kursit individuale dhe/ose në grup. Lëndët klasifikohen në pesë grupe kryesore: lëndë të detyrueshme, lëndë karakterizuese, lëndë ndërdisiplinore /integruese, lëndë plotësuese dhe detyrime përmbyllëse. Staf i akademik i brendshëm dhe i jashtëm që japin mësim në Bachelor “Menaxhim Marketing” dhe jo vetëm është i hapur drejt formave të aplikimit dhe metodave alternative të mësimdhënies e mësimnxënies, si psh ndërthurja e teorisë me praktikën duke çuar studentët nëpër biznese për të kuptuar më mirë çështjet që lidhen me marketingun. (Evidenca 15) <sup>102</sup> , (Evidenca 34) <sup>103</sup> .
<b>Kriteri 4.</b> Njësia bazë/Personeli akademik vlerëson dhe përmirëson format e metodat e mësimdhënies në mënyrë periodike, duke përfshirë studentët në këtë proces dhe duke reflektuar mendimet e sugjerimet e tyre.	Stafi akademik i brendshëm dhe i jashtëm që japin mësim në Bachelor “Menaxhim Marketing” dhe jo vetëm është i hapur drejt formave të aplikimit dhe metodave alternative të mësimdhënies e mësimnxënies, si psh ndërthurja e teorisë me praktikën duke derguar studentët nëpër biznese te ndryshme për të kuptuar më mirë çështjet që lidhen me marketingun por edhe duke vlerësuar herë pas here nëpërmjet pyetësorve nga ana e Lektorëve mbi sugjerimet apo mendimet që studentët kanë për trajtimin e oreve mësimore, ku studentet janë të lirë për të shprehur mendimet dhe sugjerimet e tyre (Evidenca 59) <sup>104</sup> .
<b>Kriteri 5.</b> Institucioni mundëson përdorimin e metodave të shumëllojshme dhe fleksible pedagogjike, të përshtatshme e në përputhje me rezultatet e pritshme të nxënësve, objektivat formues dhe kërkesat e punëdhënësve. Format dhe metodat e mësimdhënies inkurajojnë sensin e autonomisë te	UAMD-ja në përgjithësi dhe Fakulteti i Biznesit në veçanti në funksion të përmirësimit të përdorimit e metodave të shumëllojshme dhe fleksibel pedagogjike dhe të aplikimit të formave bashkëkohore të mësimdhënies ka investuar në teknologji të reja për të rritur mundësinë që orë të caktuara mësimore apo tema leksioni të caktuara të mund të zhvillohen në mënyrë më aplikative. Gjithashtu studentet kane kendin e tyre per te eksploruar dhe punuar me kompjuter desktop per veprimtarite e tyre ne Fakultetin e Biznesit (Evidenca 60) <sup>105</sup> , (Evidenca 55) <sup>106</sup> Institucioni për të mbështetur personelin e vet akademik në mundësinë e përdorimit të mjeteve të përshtatshme në lidhje me përdorimin e metodave të shumëllojshme ka pajisur sallat e zhvillimit të orëve mësimore me infrastrukturë të përshtatshme si psh

<sup>97</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së

<sup>98</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>99</sup> Evidenca 34: Rregullore e Bachelor “Menaxhim Marketing”

<sup>100</sup> Evidenca 38: Rregullore e Provimeve të Fakultetit të Biznesit

<sup>101</sup> Evidenca 58: Syllabus për model MM

<sup>102</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>103</sup> Evidenca 34: Rregullore e Bachelor “Menaxhim Marketing”

<sup>104</sup> Evidenca 59: Pyetësor për metodat e mësimdhënies nga Lektorët

<sup>105</sup> Evidenca 60: Kendi i studenteve

<sup>106</sup> Evidenca 55: Foto të laboratorëve

Adresa: “Rruga e Durrësit”

Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë

Tel: +355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

studenti, duke siguruar në të njëjtën kohë udhëzimin dhe mbështetjen nga mësimdhënësi dhe ndërtimin e marrëdhënieve të respektit të ndërsjellë mes tyre.	priza dhe linja internet në secilën prej tyre. Në këtë mënyrë stafi akademik mund të përdorë mjete didaktike si video- projektorë ose mjete të tjera elektronike të cilat i vijnë në ndihmë për të arritur rezultatet e pritshme të të nxëniet në lidhje me objektivat formues dhe kërkesat e punëdhënësve. Gjithashtu në UAMD ka një numër të konsiderueshëm laboratorësh nga të cilat vetëm në Fakultetin e Biznesit funksionojnë dy laboratore bashkëkohorë të cilët përdoren nga lektorët për kryerjen e orëve të veçanta në të cilat duhet të lidhin teorinë me praktikën në lëndë të caktuara. Institucioni herë pas here nëpërmjet Qendrës së Edukimit në Vazhdim organizon edhe trajnime për stafin akademik me gradën Msc.			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Standardi III.3</b>	
<b>Institucioni siguron vlerësim të drejtë dhe transparent, bazuar në meritën e çdo studenti duke përfshirë dhe procesin e ankimimit.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Testimi e vlerësimi i njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale realizohet gjatë gjithë vitit akademik dhe reflektohet në vlerësimin përfundimtar, të parashikuara në syllabuset e lëndëve/ moduleve nga titullari i lëndës/modulit.	Në format e kontrollit përdoret sistemi i vlerësimit me pikë, rezultati i të cilit kthehet në notë sipas formulës së përcaktuar me vendim të Senatit Akademik. a. Provimi i ndërmjetëm është një element i vlerësimit të vazhduar të dijeve. Ky provim përmban 400 pikë ose 40% të vlerësimit përfundimtar. Ky provim realizohet javën e shtatë ose të tetë të semestrit. b. Detyrat e kursit/projektet përbëjnë 10% të vlerësimit përfundimtar. Ato mund të zhvillohen si detyrë kursi individuale dhe/ose në grup, projekte individuale dhe/ose në grup dhe esetë sipas programit të lëndës së miratuar. c. Provimi përfundimtar zhvillohet javën e pesëmbëdhjetë ose të gjashtëmbëdhjetë dhe përmban 500 pikë ose 50% të vlerësimit përfundimtar. Nota kaluese arrihet kur student të ketë grumbulluar në total nga provimi i ndërmjetëm, detyra e kursit/projekti dhe provimi përfundimtar 505 pikë. Ndërkohë që detyra e kursit/projekti zhvillohet gjatë semestrit. Mënyrën dhe kohën e mbrojtjes së saj e përcakton lektori. Provimi i ndërmjetëm dhe ai përfundimtar zhvillohen sipas afateve të caktuara në kalendarin e miratuar të vitit akademik. Datat e provimeve dhe asistimet përcaktohen dhe bëhen publike nga Fakulteti të paktën një javë para zhvillimit të tyre. Në provim janë të pranishëm stafi akademik i lëndës si dhe stafi akademik asistues i caktuar nga përgjegjësi i departamentit. Përveç autoriteteve drejtuese, gjatë zhvillimit të provimit nuk mund të jenë të pranishëm persona të tjerë. Për çdo seksion stafi akademik duhet të përgatisë 4 teza të ndryshme provimi, të cilat duhet të jenë të përgatitura sipas formatit të miratuar në Njësinë Bazë dhe nënshkruhen nga Përgjegjësi i Departamentit jo më vonë se dita e fundit e javës që i paraprin provimit (Evidenca 15) <sup>107</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Institucioni vë në zbatim sisteme elektronike të testimit dhe vlerësimit, të cilat shmangin forma të ndryshme abuzimi dhe rrisin transparencën.	Për të eliminuar sa më shumë të jetë e mundur format e ndryshme të abuzimit dhe për të rritur transparencën, UAMD-ja ka nënshkruar një marrëveshje me Fondin Shqiptar të Zhvillimit në 20 shkurt 2019 për shtrirjen e projektit Clean Score e cila mbaron në datë n 31.12.2024 (cilësia e materialeve mësimore dhe vlerësimi i performancës së studentëve) (Evidenca 61) <sup>108</sup> . Për të familjarizuar anëtarët e stafit akademik me çështjet teknike që do të nevojiten gjatë zbatimit të procesit, institucioni morri masa për të kualifikuar një pjesë të stafit akademik. Ku nga Fakulteti i Biznesit ishin 8 pjesëmarrës nga të cilët 3 ishin nga Departamenti i Marketingut (Evidenca 62) <sup>109</sup> . Ky projekt komponent i të cilit është edhe korrigjimi i provimeve me alternativa, përmes skanerave optikë fillimisht u shtri në programin bachelor ku nga departamenti i Marketingut u përzgjodh lektori Prof. As. Dr Blerim Kola. Në qoftë se teza përmban edhe pyetje të natyrave të tjera (p.sh. ushtrime ose pyetje me shtjellim), ato u

<sup>107</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>108</sup> Evidenca 61: Marrëveshja Clean - Score

<sup>109</sup> Evidenca 62: Clean Score Trajnim

	<p>korrigjuan nga lektori përkatës. Për të pasur një transparencë në lidhje me vlerësimet e studentëve, FB-ja tani përdor për studentët e programit bachelor platformën e sekretarisë dixhitale ESSE3 të ngritur nga RASH, e cila ka në funksion sistemin elektronik Pitagora. Në këtë sistem hidhen mungesat e studentit, pikët e provimit të ndërmjetëm, pikët e detyrave të kursit/projekteve dhe pikët e provimit përfundimtar, të cilat konvertohen në notë për studentin. Në qoftë se ndodh ndonjë gabim në hedhje të pikëve ose ka ndryshim të notës pas kontestimit nga studentët, lektori përkatës do të bëjë një kërkesë në sistem për ndryshim rezultati. Kjo kërkesë i drejtohet dekanatit dhe kryesekretares. Pas miratimit të saj, lektorit i hapet sistemi dhe mund të bëjë ndryshimin. (Evidenca 63)<sup>110</sup> Në të njëjtën mënyrë ka funksionuar edhe sistemi elektronik i mëparshëm AULA, i cili përdorej para Pitagorës (Evidenca 64)<sup>111</sup>. Kjo metodologji shtrihet dhe në ciklin e dytë.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Vlerësimi përfundimtar i lëndës bëhet në përputhje me syllabusin dhe bazën ligjore në fuqi.</p>	<p>Testimi dhe vlerësimi i njohurive të studentit realizohet përgjatë gjithë semestrit. Kjo është e përcaktuar qartë në rregulloren e UAMD- së në nenin 68, në rregulloren e FB-së në nenin 59, në rregulloren e programit Bachelor në nenin 19 të saj si dhe në rregulloren e provimeve të FB-së. (Evidenca 37)<sup>112</sup>, (Evidenca 15)<sup>113</sup>, (Evidenca 4)<sup>114</sup>, (Evidenca 38)<sup>115</sup>, Vlerësimi është ndarë në tre pjesë: 1. Vlerësimi i provimit të ndërmjetëm i cili zhvillohet javën e shtatë ose të tetë të semestrit dhe përfaqëson 40% të vlerësimit total 2. Detyra e kursit/projekti i cili zhvillohet dhe vlerësohet përgjatë gjithë semestrit dhe përfaqëson 10% të vlerësimit total 3. Vlerësimi i provimit përfundimtar i cili zhvillohet javën e pesëmbëdhjetë ose të gjashtëmbëdhjetë të semestrit dhe përfaqëson 50% të vlerësimit total Raportet midis vlerësimit të vazhduar dhe atij përfundimtar është përcaktuar qartë në syllabus dhe në rregulloret e mësipërme (Evidenca 58)<sup>116</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Vlerësimi i njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale shoqërohet me komente/feedback (nëse është i nevojshëm) dhe lidhet me këshilla mbi procesin e të nxënimit për të ndihmuar studentin të përmirësohet në të ardhmen.</p>	<p>Stafi akademik i brendshëm dhe i jashtëm i angazhuar në programin e studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” instruktoren, këshillon dhe orienton studentët në lidhje me të gjithë elementët e vlerësimit të dijeve dhe aftësive profesionale duke iu referuar një detyrë kursi/projekt të vitit të kaluar me gjithë elementët e vlerësimit të saj. Kjo detyrë kursi/projekt prezantohet para studentëve në formë të ndryshme sipas rastit në ppt, foto, video etj. Një procedurë e tillë nxit procesin e të nxënimit nga studentët. Më pas gjatë zhvillimit të semestrit të njëjtën gjë bëjnë edhe studentët para shokëve të tyre dhe lektorit të lëndës. Ky proces ballafaqimi i studentëve me një audiencë të caktuar i ndihmon ata të përmirësohen në drejtim të mësimnxënies si dhe të fitojnë dhe përmirësojnë aftësitë e tyre të prezantimit në publik. Gjithashtu një mënyrë tjetër e përmirësimit të studentit në të ardhmen në lidhje me mësimnxënien është edhe ballafaqimi i lektorit me studentët në marrjen e vlerësimit në lidhje me provimet. Ku sipas nenit 69 të rregullores së UAMD-së, nenit 60 të rregullores së FB-së dhe nenit 23 të rregullores së rregullores e programit studimit të Bachelor “Menaxhim Marketing” lektori duhet t’i ballafaqojë vlerësimet e provimeve me studentët dhe ata kanë mundësi për të marrë feedback dhe/ose shpjegime nga lektori në lidhje me gabimet që ata kanë bërë në provim. Në këtë mënyrë studentët përmirësojnë mësimnxënien për në provimin pasardhës. (Evidenca 37)<sup>117</sup>, (Evidenca 15)<sup>118</sup>, (Evidenca 4)<sup>119</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 5.</b> Njësitë përgjegjëse dhe personeli akademik shmangin/nuk lejojnë plagjiaturën, kopjimin në provime dhe detyra.</p>	<p>Studentët duhet që ditën e provimit të jenë të pajisur me kartën e identitetit ose me kartën e studentit në mënyrë që të lejohen të futen në provim. Stafi akademik asistues kontrollon mjetin e identifikimit dhe ju jep studentëve listen e prezencës për të firmosur në prezencë të tyre. Nuk lejohet në asnjë rast që studenti të përdorë gjatë provimit celularë apo çdo mjet a formë tjetër të palejueshme. Në rast se verifikohet diçka e tillë, studenti përjashtohet nga provimi. Gjatë provimit, ndalohet hyrja në</p>

<sup>110</sup> Evidenca 63: Sistemi Pitagora RASH

<sup>111</sup> Evidenca 64: Manual përdorimi i Sistemit AULA

<sup>112</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së

<sup>113</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>114</sup> Evidenca 4: Rregullore e Bachelor “Menaxhim Marketing

<sup>115</sup> Evidenca 38: Rregullore e Provimeve të Fakultetit të Biznesit

<sup>116</sup> Evidenca 58: Syllabus për model

<sup>117</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së

<sup>118</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>119</sup> Evidenca 4: Rregullore e Bachelor “Menaxhim Marketing



	<p>auditor e çdo personi të jashtëm qoftë dhe anëtar i stafit akademik përveç Përgjegjësit të Departamentit, Organeve Drejtuese, lektorit të lëndës dhe lektorit asistues. Në lidhje me plagjiaturën, secili lektor ka nga një databasë të vetën me detyrat e kursit/projektet e dorëzuara ndër vite dhe e kontrollon nëse materiali është i kopjuar ose jo nëpërmjet softeve. Përsa i përket plagjiaturës së temave të diplomave, studentët e UAMD-së e kanë të detyrueshme që t'a paraqesin temën e diplomës përveçse në dy kopje në Hard Copy ata duhet t'a paraqesin edhe në një CD, e cila do përdoret nga seksioni i IT-së për t'u hedhur diploma online. Në të gjitha rastet detyra e kursit/projekti ose diploma anulohet. Nëse student kryen ndonjë nga shkeljet e mësipërme, ndaj tij mund të merren këto masa sipas nenit 117 të rregullores së universitetit: 1. Vërejtje Verbale nga ana e Dekanit me kusht që veprimi të mos përsëritet 2. Pezullim i ndjekjes së kursit të lëndës në të cilin janë evidentuar shkeljet disiplinore 3. Pezullimi nga Universiteti për atë vit akademik 4. Heqje e të drejtës së studimit të fituar nga UAMD-ja (Evidenca 37)<sup>120</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 6.</b> Rezultatet e kontrollit të dijeve dhe aftësive profesionale bazohen në meritë dhe jepen në kohë sipas përcaktimeve në rregulloret përkatëse.</p>	<p>Forma e vetme e kontrollit të dijeve dhe aftësive profesionale në programin e studimit Bachelor "Menaxhim Marketing" është me testim. Ku për të arritur në vlerësimin përfundimtar të konvertuar në note studentit vlerësohet në mënyrë të vazhdueshme përgjatë semestrit. Ai zhvillon: 1. Një provim të ndërmjetëm i cili zhvillohet pas javës së VII ose të VIII, dhe përfaqëson 40% të vlerësimit përfundimtar. Pikët e provimit hidhen në sistem dhe procesverbali plotësohet nga lektori jo më vonë se 7 ditë pune nga dita e provimit dhe dorëzohet në sekretari. 2. Një provim përfundimtar i cili zhvillohet pas javës së XV ose të XVI, dhe përfaqëson 50% të vlerësimit përfundimtar. Pikët e provimit hidhen në sistem dhe procesverbali plotësohet nga lektori jo më vonë se 3 ditë pune nga dita e provimit dhe dorëzohet në sekretari. 3. Një detyrë kursi/project i cili do të vlerësohet gjatë semestrit dhe që përfaqëson 10% të vlerësimit përfundimtar. 4. Në asnjë rast Procesverbali i Vlerësimit nuk duhet të ketë korrigjime dhe askush nuk ka të drejtë të bëjë shtesa, ndryshime, fshirje, apo çdo element tjetër që çënon përmbajtjen apo formën e procesverbalit. 5. Procesverbali përfundimtar duhet të përmbajë: firmën e lektorit/ëve të lëndës, Përgjegjësit të Departamentit, Kryesekretares dhe të Dekanit. Një notë e raportuar mund të ndryshojë vetëm nëse rezulton së është bërë një gabim gjatë hedhjes në sistem. Lektori duhet të bëjë një kërkesë në sistem drejtuar dekanatit dhe kryesekretares dhe pas miratimit mund të bëjë ndryshimin. Vlerësimi i kontrollit të dijeve bëhet me pikë ku maksimumi i pikëve të grumbulluara është 1000 pikë, të cilat në përfundim konvertohen detyrimisht në notë. Për të vlerësuar njohuritë e studentit përdoret sistemi shqiptar i vlerësimit me nota nga 1 në 10 ku 10-ta është vlerësimi maksimal. Notat nga 5 deri në 10 janë kaluese, përdoret sistemi amerikan i vlerësimit me shkronja nga F në A, ku A është vlerësimi maksimal dhe F është vlerësimi minimal. Notat nga D në A janë kaluese. (Evidenca 58)<sup>121</sup>, (Evidenca 15)<sup>122</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 7.</b> Institucioni garanton të drejtat e studentëve për t'u njohur me vlerësimin, kërkesën për rishikim të vlerësimit në përputhje me rregullat që përfshihen në statut, rregulloret dhe procedurat e vlerësimit.</p> <p><b>Kriteri 8.</b> Çdo kërkesë, ankimim, shqyrtohet nga komisioni i vlerësimit dhe më pas nga komisioni i posaçëm. Procedura e ndjekur duhet të jetë transparente për palët e përfshira, dokumentohet dhe arkivohet.</p>	<p>Stafi akademik që jep mësim në Bachelor "Menaxhim Marketing" në orën mësimore pas provimit në po të njëjtën ditë që është zhvilluar provimi jep përgjigjet e sakta dhe zgjidh dhe/ose shtjellon ushtrimet/pyetjet teorike për të 4 tipet e tezave të provimit që ka përdorur në provim. Kjo me qëllim që studentët të krijojnë një ide në lidhje me vlerësimin që do të presin të marrin. Ata kanë të drejtën të ballafaqohen me stafin akademik që ju jep mësim për të gjitha lëndët që ata zhvillojnë në lidhje me vlerësimin e tezës së provimeve. Pasi ata ballafaqohen me stafin akademik që i ka dhënë mesim në orën mësimore pasardhëse pas provimit të ndërmjetëm dhe brenda 72 orëve pas provimit përfundimtar, ata gjithashtu rezervojnë të drejtën për të kërkuar rishikim të vlerësimit në rast të paqartësive apo kundërshtimeve në lidhje me këtë të fundit jo më vonë se 3 ditë kalendarike nga marrja e rezultatit. Studenti e drejton kërkesën pranë Njesisë Kryesore dhe kjo e fundit ia kalon Njesisë Bazë, e cila mbledh anëtarët e saj dhe del me një relacion me shkrim drejtuar Njesisë Kryesore. Njësia Kryesore miraton ose refuzon kërkesën e studentit. Në rast miratimi, ajo ngre një komision ad-hoc për rishikimin e tezës së provimit i cili e rishikon vlerësimin e tezës së provimit në prani të studentit dhe anëtarëve të Njesisë Bazë jo më vonë se 3 ditë nga miratimi i kërkesës.</p>

<sup>120</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së

<sup>121</sup> Evidenca 58: Evidenca Syllabus per model

<sup>122</sup> Evidenca 15: Evidenca Rregullore e Fakultetit te Biznesit

	Kjo gjë është dhënë shumë qartë në rregulloren e UAMD-së, neni 71 dhe në rregulloren e FB-së, neni 62 (Evidenca 37) <sup>123</sup> , (Evidenca 16) <sup>124</sup> .			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				X

<b>Standardi III.4</b>	
<b>Institucioni ngre struktura të posaçme në nivel institucional, të cilat promovojnë rritjen e vetëdijes për përmirësimin e cilësisë së mësimdhënies dhe mësimnxënies në programet e studimit.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Programi i studimit duhet të garantojë thellimin e njohurive, të zhvillojë aftësitë profesionale dhe të veçanta të studentëve.	Plani Mësimor i Programit të Studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” garanton thellimin e njohurive të studentëve dhe zhvillimin e aftësive profesionale të tyre. Ky program ka një kurrikul ku studenti thellon njohuritë dhe zhvillon aftësitë profesionale e të veçanta në funksion të aplikimit të metodave teorike dhe/ose praktike në lidhje me fushën e marketingut digjital që po bëhet gjithnjë edhe më shumë e nevojshme për mbarëvajtjen dhe vendimmarrjen e biznesit. Këtu mund të përfshijmë vendimmarrjet në planifikimin dhe menaxhimin afatshkurtër, afatmesëm dhe afatgjatë të bizneseve si edhe përdorimit të informacionit nga tregu në funksion të kësaj vendimmarrjeje. Kjo garantohet nëpërmjet zhvillimit të një miksimi të balancuar të lëndëve bazë të detyrueshme, karakterizuese, ndërdisiplinore/integruese, plotësuese dhe detyrimeve përmbyllëse (Evidenca 46) <sup>125</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Programi i studimit garanton zhvillimin e aftësive të veçanta në fushën e teknologjisë së informacionit, humane, sociale, komunikimit dhe ndërveprimit.	Në syllabuset e çdo lënde studentët gjejnë informacion në lidhje me kompetencat dhe aftësitë që marrin në lëndën përkatëse. Në të studenti njihet me literaturën e detyrueshme të miratuar në Njësinë Bazë dhe literaturë shtesë që ai këshillohet të përdorë. Në syllabus studentët njihet me temat, kohëzgjatjen e kursit, frekuentimin dhe mënyrën e vlerësimit. Syllabusi duhet të përmbajë edhe mënyrën e kontaktit të stafit akademik që do të jape mësim me studentin. Ai duhet të përmbajë adresën e postës elektronike për lektorët me kohë të pjeshme si dhe adresën e postës elektronike, oraret e konsultimeve dhe numrin e zyrës për stafin akademik me kohë të plotë. Syllabusi përmban edhe numrin e krediteve të lëndës. (Evidenca 31) <sup>126</sup> . Në ndryshim nga gjithë universitetet e tjera, të cilat e vlerësojnë studentin me një provim përfundimtar, në UAMD studenti testohet përgjatë gjithë semestrit. Testimi i ndërmjetëm, i cili përmban 40% të lëndës e lehtëson punën e studentit por edhe e mban atë në vazhdueshmëri në pozita pune. Studenti orientohet në lidhje me provimet në orën e fundit para çdo provimi, si edhe në orët e konsultimit të detyrueshme për stafin akademik.
<b>Kriteri 3.</b> Kompetencat dhe aftësitë që fiton studenti, të paraqitura në programin e studimit dhe syllabuset e çdo lënde, analizohen e shqyrtohen në përfundim të lëndës. Personeli akademik vë në pah çështjet më të rëndësishme dhe orienton studentët për zbatimin e tyre dhe për detyrimet përmbyllëse.	Për lëndë të caktuara të kurrikulës dhe planit mësimor, pas dhënies së informacionit teorik për grup kompetencash, studentët testohen t'i aplikojnë këto kompetenca në laboratore kompjuterike siç është rasti i lëndës “Aplikim Kompjuteri”, “Metodat e kerkimit Shkencor”, “Mediat Sociale” në programin e studimit Bachelor “Komunikim dhe Marketing Digjital”. Për më tepër, studentët inkurajohen dhe vihen të punojnë në mënyrë individuale ose në grupe prej tre apo katër studentësh, punë e cila materializohet në një detyrë kursi/projekt, rast studimi apo stimulim i zgjidhjes së një problemi biznesi në fushën e marketingut dhe marketingut digjital. Gjithashtu stafi akademik organizon leksione të hapura, workshope dhe aktivitete në terren në fushat sociale dhe të teknologjisë. Në këto aktivitete, stafi akademik mbështet idetë inovative të studentëve në zgjidhjen e problemeve të marketingut dhe identifikon fushat dhe momentet që kanë nevojë për më tepër informacion dhe studim të mëtejshëm. Këto probleme pastaj bëhen objekt i kërkimeve të mëtejshme duke u materializuar në tema diplome, por edhe tema mikroteze për kërkuesit e rinj në të ardhmen (Evidenca 65) <sup>127</sup> .

<sup>123</sup> Evidenca 37: Evidenca Rregullore e UAMD-së

<sup>124</sup> Evidenca 16: Evidenca Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>125</sup> Evidenca 46: Plani mësimor MM kurrikula

<sup>126</sup> Evidenca 31: Syllabuset e Lëndëve BSc. MM

<sup>127</sup> Evidenca 65: Analiza vjetore e Departamentit 2021-2022

<p><b>Kriteri 4.</b> Mësimdhënia realizohet mbi bazë kompetencash që t'u japë studentëve mundësi të zhvillojnë njohuritë e marra në laboratorë dhe praktikant profesionale. Personeli akademik mbështet diskutimet dhe punën në grup në interpretimin dhe zgjidhjen e problemeve/çështjeve të caktuara; krijon klimë të përshtatshme për zhvillimin e ideve inovative, studime të përparuara kërkimore e shkencore dhe i mbështet ato; ndërthur format e mësimdhënies me institucionet bashkëpunuese për të mundësuar dhe rritur mobilitetin e studentëve.</p>	<p>Studentët inkurajohen dhe vihen të punojnë në mënyrë individuale ose në grupe prej tre apo katër studentësh, punë e cila materializohet në një detyrë kurs/projekt, rast studimi apo stimulim i zgjidhjes së një problemi biznesi në fushën e marketingut dhe marketingut digjital. Gjithashtu stafi akademik organizon leksione të hapura, workshope dhe aktivitete ne terren ne fushat socioale dhe te teknologjise. Gjatë vitit akademik 2020 – 2021, studentë të programit të studimit Bachelor në “Menaxhim Marketing” janë bërë pjesë e grupeve të punës së Projekteve të Kërkimit Shkencor të miratuar nga UAMD, të udhëhequr nga Lektorët që kanë fituar të drejtën e zbatimit të këtyre projekteve (Evidenca 65)<sup>128</sup>, (Evidenca 66)<sup>129</sup>.</p>			
<p><b>Kriteri 5.</b> Personeli akademik, efektiv dhe me kontratë, realizon orë të hapura dhe seminare mbi zhvillime të reja të shkencës dhe teknologjisë brenda/jashtë strukturës së programit të studimit.</p>	<p>Sipas kalendarit të Veprimtarive të ndryshme të planifikuara për Vitin Akademik Departamenti i Marketingut , krahas punës së përditshme me qëllim dhënien e njohurive bashkëkohore studentëve në auditore ka realizuar edhe shumë veprimtari të tjera shkencore dhe praktike, me qëllim rritjen e cilësisë së mësimdhënies dhe ngritjen e nivelit të studentëve, duke ju ofruar atyre mundësinë që përmes këtyre veprimtarive të njihen konkretisht me koncepte, praktika apo eksperiencia të ndryshme që lidhen me profilin e tyre të studimeve. Këto veprimtari kanë ndikuar pozitivisht në formimin e tyre nga ana profesionale, duke u shndërruar në domosdoshmëri që bashkëshoqëron procesin mësimor. Në këto aktivitete, stafi akademik mbështet idetë inovative të studentëve në zgjidhjen e problemeve të marketingut dhe identifikon fushat dhe momentet që kanë nevojë për më tepër informacion dhe studim të mëtejshëm. Këto probleme pastaj bëhen objekt i kërkimeve të mëtejshme duke u materializuar në tema diplome, por edhe tema mikroteze për kërkuesit e rinj në të ardhmen (Evidenca 66)<sup>130</sup>.</p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p>Nuk përmbushet</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p> <p style="text-align: center;"><b>X</b></p>

<sup>128</sup> Evidenca 65: Analiza vjetore e Departamentit 2021-2022

<sup>129</sup> Evidenca 66: Lista Aktiviteteve Dep Marketingut v.a. 2020-2021

<sup>130</sup> Evidenca 66: Lista Aktiviteteve Dep Marketingut v.a. 2020-2021

<b>Standardi III.5</b> <b>Institucioni ndjek një procedurë të qartë të detyrimeve përmbyllëse të studentit në programin e studimit dhe e pajis atë me dokumentacionin përkatës.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni harton rregullore të posaçme për provimin i përgjithshëm përfundimtar ose punimin e diplomës. Në rregulloren e programit të studimit përcaktohet pragu i notës mesatare që i jep të drejtën studentit për punim diplome dhe e bën atë publike.	Studimet e ciklit të parë Bachelor “Menaxhim Marketing” në veçanti përmbyllen me provim përfundimtarë ose temë diplome. Ky fakt përfshihet si në rregulloren e Institucionit, të Njesisë Kryesore, të Njesisë Bazë, të Programit të Studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” po ashtu edhe në rregulloren e Diplomimit të FB-së. Specifikimet e nevojshme në lidhje me përmbylljen e studimeve me mbrojtje të temës së diplomës jepen më qartë në Rregulloren e Diplomimit të Fakultetit të Biznesit. (Evidenca 25) <sup>131</sup> . Njësia Bazë ju vë në dispozicion studentëve fushat e studimit që mbulon dhe listën e stafit akademik nga e cila ata duhet të përzgjedhin një udhëheqës i cili do të asistojë në vazhdimësi në përgatitjen e temës së diplomës. Studenti paraqet pranë Njesisë Bazë kërkesën e tij me shkrim në lidhje me temën e përzgjedhur dhe udhëheqësin e tij ashtu si paraqitet në nenin 14, aneksi B i rregullores së diplomimit të FB-së. Njësia Bazë pasi shqyrton të gjitha kërkesat e studenteve harton listën përfundimtare të të gjithë atyre që i plotësojnë kriteret për të paraqitur një punim diplome dhe njëkohësisht miraton dhe udhëheqësin përkatës. Informacioni në lidhje me afatet e dorëzimit të aplikimeve dhe listën e studentëve që fitojnë të drejtën për t'u paraqitur në mbrojtjen e punimit të diplomës bëhet publik në stendat informative brenda ambienteve të FB-së. Kriteret dhe standardet e përgatitjes së një punimi diploma janë dhënë në nenin 14, aneksi C i rregullores së diplomimit të FB-së si edhe në rregulloren e posaçme për përgatitjen e temës së diplomës (Evidenca 25) <sup>132</sup> . Këto rregullore janë të aksesueshme në çdo kohë në faqen e web-it të UAMD-së.
<b>Kriteri 2.</b> Strukturat përgjegjëse dhe personeli akademik asistojnë studentët, duke vënë në dispozicion informacione, udhëzime dhe materialet e nevojshme në funksion të detyrimeve përmbyllëse.	Njësia Bazë asiston studentët duke vënë në dispozicion të tyre të gjitha informacionet e nevojshme në funksion të mbrojtjes së temës së diplomës. Përveç lektorit mentorues për gjatë gjithë vitit që ajo ju ka vënë në dispozicion studentëve, Njësia Bazë bën publike në web-in dhe stendën informative të fakultetit: a. Listën e stafit akademik me kohë të plotë, kontaktet zyrtare dhe fushat specifike të studimit që secili prej tyre mbulon; b. Listën e studentëve që kanë të drejtë të paraqiten në mbrojtjen e një punimi diploma dhe udhëheqësin përkatës; c. Kriteret dhe standardet e një punimi diplome në "Bachelor" (Evidenca 67) <sup>133</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Komisioni i posaçëm për administrimin e provimit final bazohet në testimin e njohuritë e dhëna gjatë gjithë viteve akademike, duke përfshirë të gjitha lëndët/modulet në bazë të rëndësisë dhe peshës specifike.	Në bazë të rregulloreve të Institucionit, të Njesisë Kryesore, të Njesisë Bazë, të Programit të Studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” në të cilat përcaktohet se përmbyllja e studimeve të ciklit të parë bëhen me provim të përgjithshëm përfundimtar ose punim diplome. Detyrimet përmbyllëse për studentët e ciklit të parë të studimeve në Fakultetin e Biznesit zhvillohen në dy forma: <ul style="list-style-type: none"> <li>Në rastin kur studentit ka një mesatare mbi notën 7, studentit i shlyen detyrimet përmbyllëse me përpilimin e temës së diplomës dhe mbrojtjen e saj përpara një komisioni të posaçëm.</li> <li>Në rastin kur studentit ka një mesatare nën notën 7, studentit i shlyen detyrimet përmbyllëse duke zhvilluar provimin për mbylljen e studimeve.</li> </ul> <p>Studentët e çdo programi studimi, që nuk marrin tezhë diplome, i përfundojnë studimet me provim të përgjithshëm përfundimtar. Nëse programi i studimit përmban në kurrikulën e tij një kurs praktike, ky shërben si kurs diplomimi për ato kurrikula që nuk kanë tezhë diplome. Drejtuesi i Njesisë Bazë, për çdo program propozon ngritjen e një komisioni për provimin e përgjithshëm përfundimtar të diplomimit i përbërë nga të paktën 3 (tre) anëtarë të personelit akademik. Procedurat se si zhvillohet mbrojtja</p>

<sup>131</sup> Evidenca 25: Rregullore e Detyrime Përmbyllëse

<sup>132</sup> Evidenca 25: Rregullore e Detyrime Përmbyllëse

<sup>133</sup> Evidenca 67: Komunikim student udhëheqës diplome me email

	jepen më hollësisht në nenin 11, pika 6 e rregullores së diplomimit të FB-së (Evidenca 68) <sup>134</sup> .
<b>Kriteri 4.</b> Personeli akademik/ Udhëheqësi i diplomës orienton dhe ndihmon studentët në përcaktimin e temave të punimit të diplomës. Udhëheqësi asiston studentin në nxjerrjen e rezultateve, përpunimin e tyre, si dhe në punimin e diplomës sipas udhëzuesve të miratuar. Ai garanton cilësinë e rezultateve dhe miraton ose jo nëse punimi është i plotë për t'u paraqitur para komisionit.	Orientimi i studentëve në lidhje me punimet e diplomave fillon me lektorin mentorues të përcaktuar nga Njësia Bazë dhe më pas me shpalljen e emrave të stafit akademik pjesë e programit të studimit dhe fushat e tyre të kërkimit. Kështu çdo student është tashmë i informuar në lidhje me cilin lektor duhet të kontaktojë bazuar në fushën specifike të tij të interesit. Nga ana tjetër plotësimi i formularit të aplikimit sipas Kreu III, faqe 11 kërkon që studentin në dakordësi dhe me orientimin e lektorit të përcaktojnë fushën specifike ku do të fokusohet punimi i temës së diplomës (Evidenca 68) <sup>135</sup> , (Evidenca 67) <sup>136</sup> .
<b>Kriteri 5.</b> Njësia bazë asiston studentët për kryerjen e matjeve, analizave, testeve në mjediset e institucionit apo jashtë tij në bazë të temave dhe fushës së studimit.	Studentët e çdo cikli studimesh në FB kanë të drejtë të përdorin të gjitha mundësitë dhe pajisjet që ofron fakulteti dhe universiteti për të realizuar programin mësimor dhe punën e programuar në aktivitetin e tij shkencor, si p.sh bibliotekën, laboratorët e kompjuterave etj e cila përfshihet në nenin 84 të rregullores së FB- s, pikat ç, d dhe i. Nga ana tjetër bibliotekat e ngritura pranë FB-së dhe FE-së të cilat janë të hapura edhe gjatë fundjavës ofrojnë literaturë dhe mjedise të mjaftueshme që studentët të punojnë jo vetëm për punimet e temave të diplomave por dhe për detyrat e kursit/projektet. Laboratorët e kompjuterave janë gjithashtu në dispozicion të tyre për të garantuar përmbylljen me sukses të çdo detyrimi që studentët kanë në kuadër të programit të studimit (Evidenca 69) <sup>137</sup> .
<b>Kriteri 6.</b> Në përfundim të provimit të përgjithshëm përfundimtar ose të mbrojtjes së diplomës, studenti vlerësohet me notë.	Në përfundim të studimeve të ciklit Bachelor, studentin dorëzohet dy kopje të punimit të diplomës të miratuara nga udhëheqësi shkencor si edhe një CD. Njëra nga kopjet e punimit dorëzohet në sekretari dhe tjetra mbahet në departament, ndërsa CD-ja përdoret nga zyrat e IT-së së UAMD-së për t'a hedhur punimin online në faqen elektronike të institucionit. Mbrojtja e temës së diplomës bëhet përballë një komisioni të propozuar nga Njësia Bazë dhe i miratuar nga Njësia Kryesore i cili duhet të ketë të paktën një gradë shkencore. Kjo mbrojtje është e hapur dhe studentin ka të drejtë të referojë temën e punuar dhe anëtarëve e komisionit dhe dëgjuesve e sallës ju rezervohet e drejta për të bërë pyetje në lidhje me temën e diplomës. Vlerësimi përfundimtar i tezës llogaritet si mesatare e notave të anëtarëve të komisionit, ku në qoftë se anëtari i komisionit është edhe udhëheqës i temës së diplomës së studentit nuk ka të drejtë vlerësimi. Kjo e fundit bëhet me qëllim që vlerësimi të jetë sa më objektiv dhe transparent. Proçedurat se si zhvillohet mbrojtja jepen më hollësisht në nenin 11, pika 6 e rregullores së diplomimit të FB-së. Vlerësimi i temës së diplomës bëhet me sistem 1000 pikësh i cili konvertohet në note në sistemin shqiptar dhe në shkronjv në sistemin amerikan. Nota përfundimtare (formati F ne aneks) llogaritet si mesatare e të gjitha notave të anëtarëve të komisionit, të cilat pasqyrohen në procesverbal, dhe i bëhet e ditur studentit jo më vonë se 72 orë nga përfundimi i provimit. Lëndët që do të përfshihen si dhe formati i tezës së provimit të përgjithshëm përfundimtar të diplomimit përcaktohen në rregulloren e njesisë bazë. Studentin që kalon me sukses tezën e diplomës/provimin e përgjithshëm përfundimtar pajiset me diplomën përkatëse, në përputhje me parashikimet e pikës 1, gërma c) të nenit 67 të rregullores së Fakultetit. Proçedurat se si zhvillohet mbrojtja jepen më hollësisht në nenin 11, pika 6 e rregullores së diplomimit të FB-së (Evidenca 67) <sup>138</sup> . Rezultatet e mbrojtjes së temës së diplomës u bëhen me dije studentëve në fund të ditës (Evidenca 70) <sup>139</sup> .

<sup>134</sup> Evidenca 67: Rregullore Diplomimi

<sup>135</sup> Evidenca 67: Rregullore Diplomimi

<sup>136</sup> Evidenca 68: Komunikim student udhëheqes diplome me email

<sup>137</sup> Evidenca 69: Foto auditeore, biblioteke, salla e konferencave, laboratoreve

<sup>138</sup> Evidenca 67: Rregullore Diplomimi

<sup>139</sup> Evidenca 70: Proçes-verbal i mbrojtjes së temës së diplomës Bachelor "Manaxhim Marketing

<p><b>Kriteri 7.</b> Në përfundim të studimeve, studenti pajiset me diplomën dhe suplementin e diplomës, të miratuara nga ministria përgjegjëse për arsimin. Në përfundim të studimeve, studentit i vihet në dispozicion kopje e plotë zyrtare e programit të studimit të zhvilluar.</p>	<p>Në përfundim të studimeve në Programin Bachelor, studenti pajiset me diplomën dhe suplementin e diplomës (Evidenca 71)<sup>140</sup>.</p>			
<p><b>Kriteri 8.</b> Institucioni ruan në përputhje me legjislacionin në fuqi kopje të dokumentacionit të studentit dhe paraqet rast pas rasti informacione për studentin nëse kërkohen.</p>	<p>Dokumentacioni për studentët ruhen nga IAL-ja për një periudhë të pacaktuar në hard-copy si dhe në databazën digjitale që tashmë disponon UAMD-ja, sipas nenit 24 të rregullores për arshivimin e dokumentave. (dok 3.74 rregullorja për arshivimin e dokumentave). Mbështetur në legjislacionin në fuqi, dokumentacioni themelor për studentët e Programit Bachelor “Menaxhim Marketing” është: 1. Regjistri Themelor (amzat) për studentët e regjistruar në Programin e Bachelor “Menaxhim Marketing” që nga momenti i hapjes së tij (Ruhet Përgjithmonë). 2. Regjistrat Mësimorë Semestrare që pasqyrojnë mungesat e studentëve dhe temat e zhvilluara në procesin mësimorë ruhen për 5 vjet. 3. Tezat e korrigjuara të provimeve të zhvilluara nga studentët ruhen 6 muaj. 4. Proçesverbalet e provimeve të ndërmjetme dhe përfudimatre të zhvilluara gjatë viteve ruhen përgjithmonë. 5. Libri i protokollit për vërtetimet e lëshuara për studentët (vërtetim i thjeshtë dhe vërtetim notash) së bashku me një kopje të vërtetimit i cili ruhet përgjithmonë. 6. Dosjet e studentëve të regjistruar në këtë program ndër vite ruhen 5 vite. 7. Dosjet e studentëve të transferuar, përgjatë këtij programi studimi ruhen 5 vjet. 8. Dosjet e studentëve të ç’regjistruar nga Universiteti për këtë program studimi, në të cilat ruhet kërkesa e studentit në formën e deklaratës për ç’regjistrim, një Memo e lëshuar nga kryesekretaria dhe Dekani mbi frekuentimin e studentit dhe e firmosur nga Dega Ekonomike për shlyerjen e detyrimeve nga ana e studentëve. 9. Libër protokollit për studentët e diplomuar (Regjistër i Tërheqjes së Diplomave). Për të gjithë studentët e diplomuar ruhet një fotokopje e diplomës, er*së bashku me suplementit, bashkëngjitur me një vërtetim që studentit ka shlyer të gjitha detyrimet ndaj Universitetit në dosje personale. Dokumentacioni për studentët e Programit Bachelor “Menaxhim Marketing” në Fakultetin e Biznesit që ruhet në formate elektronike është: 1. Databaza elektronike në program excel-i, e cila përmban gjeneraliteteve dhe e notave të lëndëve për çdo student. Në përfundim të çdo semestri dhe sezon provimesh, kjo databazë përditësohet nga Kryesekretaria e Fakultetit, e cila është përgjegjëse për të. Databaza elektronike është pjesë të dorëzimeve të dokumentacionit, në momentin kur personi i ngarkuar largohet përkohësisht ose përfundimisht nga vendi i punës (Evidenca 72)<sup>141</sup>, (Evidenca 15)<sup>142</sup>.</p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p><b>Nuk përmbushet</b></p>	<p><b>Përmbushet pjesërisht</b></p>	<p><b>Përmbushet kryesisht</b></p>	<p><b>Përmbushet plotësisht</b></p> <p style="text-align: center;"><b>X</b></p>

<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës III</b></p>	<p><b>Nuk përmbushet</b></p>	<p><b>Përmbushet pjesërisht</b></p>	<p><b>Përmbushet kryesisht</b></p>	<p><b>Përmbushet plotësisht</b></p> <p style="text-align: center;"><b>X</b></p>
--	------------------------------	-------------------------------------	------------------------------------	---

<sup>140</sup> Evidenca 71: Diplome dhe Supplement

<sup>141</sup> Evidenca 72: Rregullore për qarkullimin dhe arshivimin e dokumentacionit të brendshëm në UAMD

<sup>142</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

**IV. BURIMET NJERËZORE, FINANCIARE, INFRASTRUKTURA,  
LOGJISTIKA PËR REALIZIMIN E PROGRAMIT TË STUDIMIT**

<b>Standardi IV.1</b>	
<b>Personeli akademik që mbulon programin e studimit, përmbush standardet sasore dhe ka kualifikimin e duhur e të posaçëm akademik në përputhje me fushën e programit për garantimin e standardeve të mësimdhënies të programit të studimit.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<p><b>Kriteri 1.</b> Personeli akademik dhe ndihmës akademik, që angazhohet në realizimin e programit të studimit, përmbushin kërkesat ligjore në fuqi, për nivelin e kualifikimit akademik, për drejtimin e programit, drejtimin dhe angazhimin në mbulimin e lëndëve/moduleve të programit, për fushën kërkimore ose eksperiencën praktike në përputhje me programin e studimit, natyrën dhe veçorinë e moduleve të tij.</p>	<p>Departamenti i Menaxhim-Marketingut ka shprehur teorikisht në rregullore se është në mbështetje të aktivitetit kërkimor dhe shkencor dhe e ka realizuar atë praktikisht, gjë e cila faktohet nëpërmjet analizës së punës, së realizuar ndër vite në këtë departament. Organizimi i grupeve mësimore dhe kërkimore parashikon një ndarje më të orientuar të punës kërkimore e shkencore, në drejtim të fushave dhe projekteve prioritare. Në rregulloren e Departamentit të Menaxhim-Marketingut janë të përcaktuara qartë detyrat dhe funksionet e grupeve kërkimore, në drejtim të procesit mësimor dhe atij kërkimor, siç është hartimi i planeve vjetore të kërkimit shkencor, përgatitja, propozimi, ndjekja dhe realizimi i projekteve kërkimore shkencore e atyre aplikative, organizimi i bashkëpunimeve me grupe të tjera kërkimore e shkencore brënda ose jashtë departamentit, fakultetit apo universitetit, brënda ose jashtë vendit, organizimi i bashkëpunimeve me sipërmarrjet private, organizimi i publikimit të rezultateve të punës kërkimore shkencore që zhvillon grupi apo anëtarët në përbërje të grupit si edhe nxit botimet shkencore brenda dhe jashtë vendit. Departamenti angazhohet maksimalisht çdo vit për të siguruar financim të projekteve, duke synuar të përgatisë projekte kërkimore e shkencore sa më cilësore dhe konkurruese. Nxitja e interesave dhe përfshirja e studentëve në punën kërkimore e shkencore, është një nga prioritetet e departamentit, të cilin e realizon nëpërmjet organizimeve dhe aktiviteteve shkencore, për realizimin e studimeve të nivelit "master" dhe të "doktoratës". (Evidenca 73)<sup>143</sup>, (Evidenca 74)<sup>144</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Personeli akademik efektiv duhet të mbulojë ngarkesën mësimore për programin e studimit në përputhje me kornizën ligjore në fuqi.</p>	<p>Universiteti Aleksandër Moisiu, Fakulteti i Biznesit, Departamenti i Menaxhim-Marketingut është i fokusuar në respektimin e planeve, objektivave dhe rezultateve të parapërcaktuara të programit Bachelor Menaxhim Marketing. Përcaktimi i qartë i detyrave dhe objektivave dhe rregullimi i tyre me rregullore, udhëzime, dokumentacion plotësues ka mundësuar angazhimin e stafit. Ky angazhim mund të vihet re në aspektin formal dhe përmbajtësor të programit. Krahasimi i planeve mësimore, syllabusit, orarit të mësimit dhe dokumentave që personeli akademik depoziton në departament si regjistri i pedagogut, rezultatet e vlerësimit të studentëve gjatë semestrit, dëshmojnë për korrektësi të respektimit të planit mësimor, orarit të mësimit si dhe mbulojë ngarkesën mësimore për programin e studimit, vendit ku zhvillohet mësimi duke krijuar një vazhdimësi komunikimi me studentet (Evidenca 30)<sup>145</sup>, (Evidenca 75)<sup>146</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Institucioni duhet të garantojë dhe të dëshmojë qëndrueshmërinë e personelit akademik efektiv të angazhuar në programin e studimit, për të gjithë periudhën e akreditimit, duke përfshirë kontratat e punësimit dhe</p>	<p>Në përputhje me statutin e UAMD-së dhe rregulloren e Departamenti të Menaxhim-Marketingut administrohet informacioni në lidhje me aktivitetin e personelit akademik, ndihmës akademik, administrativ dhe partner të angazhuar. Ky informacion ruhet në forme hardcopy dhe elektronike në disa njësi të UAMD-së: Departamenti, Fakulteti, Universiteti, Zyra e Personelit dhe Pagave, Zyra e financës. Në përputhje me rregulloren e departamentit Menaxhim-Marketing informacioni që ruhet për stafin akademik ndihmës akademik, dhe të angazhuar dokumentohet përmes planeve mësimore, syllabuseve, ngarkesës akademike, ngarkesës për kontributin insititucional,</p>

<sup>143</sup> Evidenca 73: Organigrama Departamenti i Marketingut me titujt perkates te anetareve

<sup>144</sup> Evidenca 74: CV të anëtarëve të Departamentit Marketing

<sup>145</sup> Evidenca 30: Memo 70% Ngarkeses te Brendshem

<sup>146</sup> Evidenca 75: Orari mësimorë me emra 2020-2021

<p>mbulimin me sigurime shoqërore dhe shëndetësore.</p>	<p>ngarkesës intelektuale. Këto dokumente ruhen në departament dhe bëhen pjesë integrale e analizës mësimore dhe shkencore të departamentit. Analiza mësimore dhe shkencore përcillet në Fakultet dhe Rektorat duke u bërë pjesë e të dhënave të përgjithshme të insitucionit. Në rastin e pedagogeve të ftuar të programit dokumentacioni ruhet në departament, fakultet, zyrën e personelit dhe pagave dhe zyrën e financës. Informacioni rreth dosjes se stafit akademik, ndihmësakademik, administrativ dhe të angazhuar gjendet në një format tip në zyrën e personelit dhe pagave dhe përditësohet sa herë ka ndryshime të titujve, gradave apo pozicioneve. Informacion i dokumentuar për stafin akademik, ndihmësakademik, administrative dhe të angazhuar ruhet edhe në zyrat e financës dhe buxhetit përmes përcaktimit të kategorisë së punonjësve, raportit për ngarkesën mësimore dhe gjithë dokumentacioni për pagat, pagesat, honoraret dhe shpërblimet. Ky dokumentacion i bëhet transparent edhe vetë punonjësve, nevojë kjo e ardhur edhe nga detyrimi për përpilimin e deklaratës së të ardhurave personale. Informacion në lidhje me veprimtarinë e stafit akademik ruhet edhe nëpërmjet counteëve që stafi ka në portalin e UAMD-së, informacion që ka karakter informues për publikun e gjerë apo sistemin ESSE3, ku mund të ruhet dhe analizohet marrëdhënia e stafit me studentin në terma të vlerësimit për lëndët ku pedagogu është coordinator (Evidenca 76)<sup>147</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Institucioni ndjek procedura rekrutimi dhe vlerësimi, mbështetur në kritere të përgjithshme dhe specifike të publikuara e që garantojnë përzgjedhjen e personelit me nivelin e duhur të kualifikimit dhe në përputhje me natyrën, strukturën, modulet dhe përmbajtjen e programit të studimit.</p>	<p>Perzgjedhja e personelit me kohe te plote behet me konkurim ne baze te akteve ligjore dhe nenligjore ne fuqi. Departamentet, bazuar ne analizen e nevojave te tyre, percaktojne kriteret specifike per vendet e punes, te cilat miratohen nga rektori. Shpallet njoftimi i konkursit per vendet e lira te punes ne faqen zyrtare te Universitetit <a href="https://uamd.edu.al/mundesi-punesimi/">https://uamd.edu.al/mundesi-punesimi/</a>, ne forme te shkruar dhe elektronike, ne te cilen perfshihen proceduarat e aplikimit, kushtet qe duhet te plotesojne kandidatet dhe kriteret e vlersimit. Aplikimet pranohen vetem me poste, dhe postimi behet brenda afateve te parashikuara ne njoftim. Shqyrtimi i dosjeve fillon jo me shpejt se dhjete dite pune nga perfundimi i afatit te parashikuar. Drejtuesi i njesise kryesore krijon komisionin ad hoc per perzgjedhjen e kandidateve fitues. Komisioni ad hoc perbehet nga pese aentare, nga te cilet, jo me pak se tre jane perfaqesues te njesise baze, 3(tre) antaret e komisionit nga njesia baze propozohen nga Drejtuesi i Departamentit, Rektori dhe Dekani, perfaqesohen ne Komision respektivisht me nga nje anetare te miratuar nga ata vete. Vleresimi i kandidatave perfshin dy faza te njepasnjeshmre, qe jane vlersimi i dosjes dhe intervista. Vetem kandidatet e kualifikuar nga data e shqyrtimit te dosjeve i nenshtrohen intervistes. Kriteret me te detajuara per vlersimin me pike te kandidateve percaktohen ne rregulloren e universitetit si dhe ato te njesive kryesore ne perputhje me specifikat e tyre. Drejtuesi i njesise kryesore i paraqet rektorit renditjen e kandidateve sipas vendimit te komisionit ad hoc dhe rektori lidh kontraten me kandidatin e perzgjedhur, mbeshtetur ne legjislacionin ne fuqi. Per pervojat te procesit mesimor/kerkimor me propozim te drejtuesit te njesise baze rektori mund te komandoje me afat te caktuar staf akademik me kohe te plote. Kontratat e punes, per te gjithet personelin akademik te universitetit, nenshkruhen nga rektori. Kontrata duhet te permbaje pershkrimin e vendit te punes dhe detyrimet e personelit, sipas legjislacionit ne fuqi. (Evidenca 77)<sup>148</sup>, (Evidenca 78)<sup>149</sup>, (Evidenca 79)<sup>150</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 5.</b> Institucioni siguron dhe garanton angazhimin e personelit ndihmës akademik të përshtatshëm dhe të mjaftueshëm për realizimin e orëve laboratorike dhe për mirëmbajtjen e laboratorëve e mjediseve të tjera mësimore, sipas natyrës specifike të programit të studimit.</p>	<p>Departamenti ka angazhimin maksimal për të përmirësuar mjediset e zhvillimit të mësimin, duke përdorur metodat dhe mjetet më bashkëkohore si videoprojektor, flipchart etj. Departamenti i Menaxhim-Marketingut është i organizuar në 2 grupe mësimore-kërkimore, të cilat orientojnë edhe angazhimin e mbarëvajtjes së veprimtarisë së departamentit. Programi i Bachelor Menaxhim Marketing ka një përmbajtje të lëndëve nga të dy grupet mësimore-kërkimore. Grupe të cilat janë prezente çdo ditë të javës në departament, për të suportuar maksimalisht studentët dhe njëri-tjetrin (Evidenca 69)<sup>151</sup>.</p>

<sup>147</sup> Evidenca 76: Vertetim per kontributet e sigurimit shoqeror dhe shendetesor

<sup>148</sup> Evidenca 77: Formular Aplikimi Akademik

<sup>149</sup> Evidenca 78: Fakulteti-i-Biznesit-njoftim-per-staf-akademik-me-kohe-te-pjesshme

<sup>150</sup> Evidenca 79: Fakulteti i Biznesit, kriteret e vendeve te lira te punes

<sup>151</sup> Evidenca 69: Foto të auditorëve, bibliotekës, sallave të konferencave, laboratorëve etj



<p><b>Kriteri 6.</b> Institucioni mbledh, ruan dhe përditëson çdo vit akademik të dhënat e personelit të angazhuar në programin e studimit, në përputhje me legjislacionin në fuqi për mbrojtjen e të dhënave personale. Këto të dhëna përfshijnë anëtarët e personelit akademik të përfshirë në program dhe të personit përgjegjës për organizimin e programit të studimit, angazhimin e çdo anëtari në çdo semestër dhe vit akademik, si dhe atë të personelit ndihmës dhe administrativ.</p>	<p>Institucioni në organikën e tij ka ngritur zyrën e Burimeve Njerëzore, e cila në organikën e saj përcakton edhe mënyrën e mbledhjes, ruajtjes dhe përditësimin e të dhënave të personelit të angazhuar pranë UAMD_së. Zyra e Burimeve Njerëzore është përgjegjëse për mbledhjen, ruajtjen dhe përditësimin e të dhënave të personelit të angazhuar në programin e studimit me kohë të plotë dhe me kontratë. Z.B.NJ. dispononte të dhëna mbi anëtarët e personelit akademik dhe të personit përgjegjës për organizimin e programit të studimit, angazhimin e çdo anëtari në çdo semestër dhe vit akademik, si dhe atë të personelit ndihmësimor-shkencor dhe administrative (Evidenca 80)<sup>152</sup>, (Evidenca 81)<sup>153</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 7.</b> Institucioni, në marrëveshje e bashkëpunim me institucione të tjera të arsimit të lartë, përfaqësues biznesi e kompani, vë në dispozicion personelin e mjaftueshëm, të duhur e të kualifikuar për instruktimin, udhëheqjen dhe mbikëqyrjen e studentëve në praktikën profesionale, punimin e diplomës dhe veprimtari të tjera specifike sipas natyrës së programit të studimit.</p>	<p>Në kurrikulën dhe planin mësimor të Programit të Studimeve Bachelor “Menaxhim Marketing” pas përfundimit me sukses duke marrë notë kaluese në secilën prej tyre, përfshijnë detyrimet përmblyese të kryerjes dhe mbrojtjes së Praktikës Profesionale, të mbrojtjes së temës së diplomës si dhe provimit përfundimtarë.</p> <p>Në asistimin dhe ndihmën e zhvillimit me sukses të temës së diplomës angazhohet pothuaj i gjithë stafi akademik i brendshëm i Departamentit Marketing.</p> <p>Në këtë program praktika profesionale zë një vend të rëndësishëm në aftësimin praktik të studentëve, mbasi zhvillimi i praktikës ndihmon jo vetëm në aftësimin praktik të studentëve por, mund të konsiderohet një mundësi për angazhimin e mëtejshëm në po atë punë. Njësia Bazë dhe Fakulteti i Biznesit si dhe UAMD-ja kanë bërë përpjekje për të ndihmuar studentët në lidhje me institucionet, bizneset apo kompanitë ku do të bëjnë Praktikën Profesionale, duke ju vënë në dispozicion studentëve marrëveshjet e bëra prej tyre. Edhe zhvillimi i Panairit të Punës &amp; Karrierës I-rë i organizuar nga Fakulteti i Biznesit në qershor të vitit 2021 dhe Panairit të Punës &amp; Karrierës edicioni II-të (prill 2022) ku kanë marrë pjesë mbi 200 biznese dhe institucione publike ka qenë një mundësi konkrete e kontakteve të drejtpërdrejta (nëpërmjet intervistave dhe dorëzimit të CV) të studentëve me institucionet publike dhe private (Evidenca 8)<sup>154</sup>, (Evidenca 16)<sup>155</sup>; (Evidenca 83)<sup>156</sup>; (Evidenca 84)<sup>157</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 8.</b> Personeli mbikëqyrës në ambientin pritës që angazhohet në realizimin e praktikave profesionale në bazë të marrëveshjeve, duhet të ndihmojë studentët në përmbushjen e detyrimeve /raportin përfundimtar të praktikës si dhe të marrë pjesë në procesin e vlerësimit të tyre për praktikën profesionale.</p>	<p>Pedagogu udhëheqës duhet të ushtrojë kontrolle periodike pranë institucioneve/kompanive që studenti po zhvillon praktikën. Kohezgjatja e Praktikës Mësimore është 3 muaj. Në fund të praktikës dhe përpara mbrojtjes përfundimtar të praktikës mësimore, studenti praktikant ka për detyrë të dorëzojë pranë departamentit:</p> <p>a. formularin e vlerësimit të studentit nga pedagogu mbikëqyrës (Aneksi 1);  b. formularin e vlerësimit (Vertetim Praktike) të studentit nga mbikëqyrësi në kompani/institucion/organizatë (Aneksi 2);  c. raportin përfundimtar të praktikës të përgatitur nga studenti sipas formatit përkatës (Aneksi 3).</p> <p>Në këtë program praktika profesionale zë një vend të rëndësishëm në aftësimin praktik të studentëve, mbasi zhvillimi i praktikës ndihmon jo vetëm në aftësimin praktik të studentëve por, mund të konsiderohet një shans apo mundësi për sistemimin në punë. Njësia Bazë dhe Fakulteti i Biznesit si dhe UAMD-ja kanë bërë përpjekje për të</p>

<sup>152</sup> Evidenca 80: Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit & Karrierës

<sup>153</sup> Evidenca 81: Rregullore e burimeve njerëzore

<sup>154</sup> Evidenca 8: Tabela e shpërndarjes së temave të Bachelor Menaxhim Marketing

<sup>155</sup> Evidenca 16: Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Departamentit Marketing

<sup>156</sup> Evidenca 83: Vendim, krijimi i grupit të punës i Panairi i Punës dhe i Karrierës

<sup>157</sup> Evidenca 84: Draft Agjenda Panairi i Punës dhe i Karrierës 2022

	ndihmuar studentët në lidhje me institucionet, bizneset apo kompanitë ku do të bënin Praktikën Profesionale, duke ju vënë në dispozicion studentëve marrëveshjet e bëra prej tyre. Per programin Bachelor Menaxhim Marketing ne kuader te riorganizmit te kurrikulave ne vitin 2021 studentet e programit Menaxhim Marketing do te ndjekin praktiken profesionale ne fund te vitit te trete (Evidenca 124) <sup>158</sup> , (Evidenca 125) <sup>159</sup> .			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi IV.2	
Institucioni i arsimit të lartë vë në dispozicion mjedise mësimore dhe infrastrukturën e përshtatshme për realizimin e procesit mësimdhënës të programit të studimit dhe për formimin praktik, të posaçme sipas natyrës dhe fushës së programit të studimit.	
Kriteret	Vlerësimi
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni siguron mjediset e mjaftueshme dhe të përshtatshme për zhvillimin e veprimtarisë mësimore, në varësi të numrit të studentëve, grupeve mësimore, në përputhje me natyrën specifike të programit të studimit dhe moduleve përkatëse.	Një nga prioritetet e Universitetit “Aleksandër Moisiu” Durrës, është krijimi i një mjedisi të përshtatshëm për kryerjen e detyrave të personelit dhe dhënia e mundësisë për zhvillim profesional. Në vitin 2018, përfundoi ndërtimi i godinës së re të Fakultetit të Biznesit, pjesë e të cilit është edhe departamenti i marketingut. Kjo godinë është e ndërtuar sipas të gjitha standarteve bashkëkohore, duke krijuar kështu mjedis dhe mundësi të përshtatshme për kryerjen e detyrave të personelit. Çdo anëtar i stafit akademik të programit Bachelor ka një zyrë të pozicionuar në këto ambiente, të cilën e ndan me 2 kolegë, ku secili prej tyre është i pajisur me tavolinën e punës, kompjuter dhe paisjet ndihmëse si fotokopje, videoprojektor, kancelari të ndryshme etj. Kjo i jep mundësi stafit të punojë në mënyrë komode dhe të pavarur, duke e bërë edhe më eficient (Evidenca 85) <sup>160</sup> . Godina ka një strukturë moderne dhe kushte shumë të mira për zhvillimin e leksioneve dhe seminareve. Auditorët kanë hapësira të mjaftueshme, të ndriçuara dhe me sistem ngrohje/ftohje. Sfida e re është sistemi wireless, i cili është në faza testimi në disa ambiente të Fakultetit të Biznesit. Kjo risi krijon kushte të mira për të përmirësuar edhe teknikat e mësimdhënies, ndërkohë që sistemi kabllor i shpërndarjes së internetit është në të gjitha ambientet. Aktualisht ky sistem kabllor ndihmon në përshtatjen e metodave të reja të mësimdhënies, ku veçanërisht për programin Bachelor është e rëndësishme. Departamenti ka angazhimin maksimal për të përmirësuar mjediset e zhvillimit të mësimin, duke përdorur metodat dhe mjetet më bashkëkohore si videoprojektor, flipchart etj (Evidenca 69) <sup>161</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Mjediset mësimore si klasa, laboratorë, studio e mjedise të tjera, janë të pajisura me mjete elektronike dhe të teknologjisë së informacionit, që garantojnë realizimin e procesit mësimor teorik e praktik, përmes përdorimit të metodologjive e teknologjive bashkëkohore të mësimdhënies-mësimnxënies.	Universiteti Aleksandër Moisiu siguron mjediset e përshtatshme për zhvillimin e veprimtarisë mësimore. Godina ku ndodhet Fakulteti i Biznesit është përfunduar së ndërtuar në vitin 2018 dhe ofron kushtet më moderne dhe bashkëkohore për zhvillimin e aktiviteteve mësimore. Mjediset në dispozicion të programit janë të mjaftueshme dhe të përshtatshme për të siguruar një mbarëvajtje të procesit mësimor. Ndërtimi i sallave është i tillë, që të ofrojnë një akustikë tepër komode për studentët (Evidenca 86) <sup>162</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Laboratorët, studiot, atelietë apo mjediset e tjera, sipas natyrës specifike të programit,	Fakulteti i Biznesit, në ambientet e të cilit zhvillohet programi Bachelor “Menaxhim Marketing”, është i pajisur me ambiente modern, si laboratore të informatikës, në të cilin zhvillojnë leksione të integruara me praktikën studentët e Marketingut.

<sup>158</sup> Evidenca 124: Rregullore Praktike

<sup>159</sup> Evidenca 125: Foto e afishimit të emrit të lektorit, orës dhe ditës së konsultimit model

<sup>160</sup> Evidenca 85: Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së

<sup>161</sup> Evidenca 69: Foto të auditorëve, bibliotekës, sallave të konferencave, laboratorëve etj

<sup>162</sup> Evidenca 86: Ambiente të Fakultetit të Biznesit

përmbajnë aparaturat dhe mjetet e nevojshme e të përshtatshme për plotësimin e kërkesave të moduleve, aftësimin teorik e praktik dhe të objektivave formues të programit të studimit në tërësi.	Laboratori, tepër modern dhe me fjalën e fundit të teknologjisë, është ndërtuar në bashkëpunim me partnerë ndërkombëtarë, ku peshën kryesore të financimit e ka mbajtur kompania Crystal System e cila vazhdimisht ka integruar në praktikat e saj, studentët të Marketingut. Mjediset janë të ndriçuara dhe të pajisura me kapacitete ngrohëse e ftohëse gjatë gjithë vitit. Ato janë funksionale gjithmonë. Ambjentet e zhvillimit të mësimin janë të pajisura me mjetet e nevojshme për zhvillimin e programit mësimor sipas lëndëve (Evidenca 69) <sup>163</sup> .			
<b>Kriteri 4.</b> Institucioni i arsimit të lartë siguron së paku një laborator të teknologjisë së informacionit, të pajisur me programe profesionale sipas natyrës së programit të studimit që ofron.	Kështu, klasat e leksioneve janë të pajisura me videoprojektor dhe me mundësi për të aksesuar sistemin wireless të internetit, që mund të nevojitet për zbatimin apo përmirësimin e procesit mësimor. Edhe në klasat e seminareve mund të përdoren mjetet audiovizuale, që janë të depozituara në departament dhe mund të ofrohen nga sekretaria e departamentit për të realizuar prezantime, detyra, projekte kursi. Pajisja e klasave me tabela, Whiteboard (e aplikuar vetëm në disa raste), Smartboard dhe wireless mundëson zhvillimin e mësimin në kushte shumë të mira. Çdo zyrë, sallë, ambient i bibliotekës dhe ambient në dispozicion të studentëve është e pajisur me internet Ethernet Cable. (Evidenca 85) <sup>164</sup> , (Evidenca 87) <sup>165</sup> .			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Standardi IV.3</b>	
<b>IV.3 Programi i studimit duhet të përmbajë literaturën e nevojshme dhe të përditësuar në mbështetje të mësimdhënies dhe mjediset mbështetëse të mësimnxënies, (bibliotekën, mjedise të posaçme).</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Literatura bazë dhe ndihmëse e vënë në dispozicion të studentëve në gjuhën e programit të studimit (fizike dhe digjitale) garanton marrjen e dijeve dhe njohurive të nevojshme, të parashikuara në programin e studimit.	Programi i studimit bachelor në “Menaxhim Marketing” iu ofron studentëve mundësinë e aksesimit të literaturës bazë dhe ndihmëse përmes 3 mjediseve biblioteke që ndodhen në mjediset e Universitetit Aleksandër Moisiu, Durrës. Biblioteka qëndrore e cila ndodhet në ambientet e godinës në Currila, salla e bibliotekës së Fakultetit Biznesit dhe Fakultetit të Edukimit e cila është e vendosur në mjediset e godinës A e ndodhur në Spitalë edhe biblioteka e Fakultetit të Shkencave Politiko-Juridike e vendosur në godinën B, Spitalë. Keto 3 biblioteka sigurojnë mundësi të barabartë për studentët e programit bachelor të shfrytëzojnë kapacitetet e tyre, si për të studiuar ashtu edhe për të përdorur literaturën e tyre. Orari dhe shërbimi i ofruar nga stafi i bibliotekës është i përshtatshëm për nevojat e studenteve. Mjediset e bibliotekave kanë kapacitete në tituj dhe pajisje si kompjutera për të mundësuar plotësimin e kërkesave të tyre. Ambientet e bibliotekave janë të hapura edhe në fundjavë. (Evidenca 88) <sup>166</sup> , (Evidenca 89) <sup>167</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Njësia përgjegjëse duhet të raportojë përditësimin e literaturës me botime të viteve të fundit.	Biblioteka u krijua në fund të vitit 2007 dhe ka aktualisht në fondin e saj rreth 12000 tituj në gjuhën shqipe dhe të huaja, në formatin letër dhe elektronik. Fondi shqip dhe i huaj mbulon gjithë fakultetet e universitetit. Literatura është bashkëkohore, kryesisht shkencore me moshë mesatare 5-10 vjeçare. Pjesë e koleksioneve është periodiku shqip i viteve 1944-2003. Biblioteka është e abonuar në një sërë revistash shkencore. Lista e paketave që përfshihen U-LIBRARY janë:

<sup>163</sup> Evidenca 69: Foto të auditorëve, bibliotekës, sallave të konferencave, laboratorëve etj

<sup>164</sup> Evidenca 85: Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së

<sup>165</sup> Evidenca 87: Foto të laboratorëve

<sup>166</sup> Evidenca 88: Biblioteka Online

<sup>167</sup> Evidenca 89: Kalendar i funksionimit të Bibliotekës në fundjavë

	<p>1) Academic Search Complete: databaza kryesore e revistave/periodikeve/librave/etj te dedikuar vetem per arsimin e larte dhe kerkimin</p> <p>2) Business Source Complete</p> <p>3) Regional Business News Plus</p> <p>4) Newspaper Source Plus</p> <p>5) MasterFILE Complete</p> <p>6) Health Source: Academic &amp; Nursing Edition</p> <p>7) Health Source: Consumer Edition</p> <p>8) ERIC</p> <p>9) MEDLINE</p> <p>10) Rosetta Stone Library Solution Plus</p> <p>11) eBook Academic Collection</p> <p>12) EBSCO Discovery Service (EDS) (without OPAC)</p> <p>Kapacitet e bibliotekës së FEA-së ofron 125 vende, kënde pune për punë në grup, kompjutera me mundësi aksesi në internet. Të gjitha këto kapacitete mund të shfrytëzohen nga studentët e bachelorit për të studiuar, realizuar detyrat dhe projektet e kursit apo prezantuar projektet e tyre. Nga ana tjetër të gjitha punimet, materialet didaktike, librat universitar duhet të depozitohen në bibliotekë, duke e pasuruar më shumë atë (Evidenca 90)<sup>168</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Institucioni vë në dispozicion të studentëve bibliotekën mësimore, duke garantuar mundësinë e shfrytëzimit në mënyrë të barabartë nga studentët e programit të studimit.</p>	<p>Programi i studimit Bachelor ne “Menaxhim Marketing” mbeshet studentet dhe i orienton ato ne perdorimin e duhur te literatures sidomos ne platformen online permes keshillimit nga pedagoget e secilit kurs. Studentet kanë akses të plotë në shfrytëzimin e kapaciteteve të bibliotekës, pa pagesë, gjithashtu edhe akses ne platformen online. Biblioteka online ka krijuar mundësinë që të aksesohet më shumë informacion në lidhje me programin e studimit. Biblioteka e Universitetit “Aleksandër Moisu” përfaqësohet gjithashtu në Bibliotekën Virtuale të Shqipërisë: COBIB.AL. (Evidenca 91)<sup>169</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Biblioteka duhet të jetë e pajisur me fond fizik, si: tekste mësimore bazë, literaturë ndihmëse, e mjaftueshme në gjuhën shqipe dhe të huaja, libra apo revista shkencore të nevojshme, të mjaftueshme dhe e përshtatshme për mbulimin e të gjitha moduleve e veprimtarive mësimore sipas natyrës e specifikës së programit të studimit.</p>	<p>1. Biblioteka është e pajisur me programe të integruara bibliotekare: COBISS (sistemi bibliografik kombëtar për vlerësimin e rezultateve të kërkimit në Shqipëri), me një rol qendror në sistemin e katalogimit të përbashkët, në kërkimin e informacioneve bibliografike dhe në udhëheqjen e bibliografive të kërkuesve shkencorë shqiptarë. Baza përmban regjistrime bibliografike për materiale libra (monografi, seriale, artikuj) dhe jolibra (CD, DVD etj.). Sistemi mundëson shfrytëzimin pa kufi nga ana e komunitetit të UMAD-së.<sup>170</sup></p> <p>2. Biblioteka vë në dispozicion katalogun e saj elektronik, me standarde ndërkombëtare: <a href="http://192.168.100.242/">http://192.168.100.242/</a> Katalogu ofron një version të avancuar në kërkimin e informacionit. Përveç përshkrimit bibliografik, katalogu ofron falas në formatin elektronik artikuj, teza, kërkimin shkencor dhe disertacionet e stafit akademik të UAMD-së. Katalogu mes të tjerash përmban mbi 3500 tema diploma, 2250 artikuj shkencorë (pdf), 120 disertacione (pdf).</p> <p>3. Akses pa limit në EBSCO, për të gjithë komunitetin</p> <p>4. Akses në burime të hapura.</p> <p>5. Trajnime falas për të gjithë studentët me temën “Aftësimi në informacion”</p> <p>Regjistrimi, frekuentimi dhe shërbimi falas</p>

<sup>168</sup> Evidenca 90: Kapacitetet infrastrukturore të godinës B (FB)

<sup>169</sup> Evidenca 91: Memo e kalendarit të bibliotekës

<sup>170</sup> <https://plus.al.cobiss.net/opac7/bib/search?db=udu>

	(Evidenca 88) <sup>171</sup>
<b>Kriteri 5.</b> Institucioni duhet të krijojë kushte për shfrytëzim të barabartë e pa pagesë për studentët në bibliotekat online të fushës së programit të studimit.	Studentet kanë akses të plotë në shfrytëzimin e kapaciteteve të bibliotekës, pa pagesë duke ofruar edhe platforma online. Hartimi i strategjise se bibliotekës ka krijuar mundësinë që edhe vizioni i saj është të rrisë dhe shpërndajë më shumë informacion në lidhje me shërbimet e saj. Biblioteka e Universitetit “Aleksandër Moisu” përfaqësohet gjithashtu në Bibliotekën Virtuale të Shqipërise: COBIB.AL. (Evidenca 91) <sup>172</sup> , (Evidenca 88) <sup>173</sup> .
<b>Kriteri 6.</b> Biblioteka duhet të jetë e pajisur me programe kompjuterike dhe pajisje të tjera teknike, që mundësojnë shfrytëzimin pa kufizim për të gjithë studentët.	Kapacitet e bibliotekës së FEA-së ofron 125 vende, kënde pune për punë në grup, kompjutera me mundësi akses në internet, ndwrsa kapacitet e bibliotekës së FB ka 46 vende. Të gjitha këto kapacitete mund të shfrytëzohen nga studentët e bachelorit për të studiuar, realizuar detyrat dhe projektet e kursit apo prezantuar projektet e tyre. Nga ana tjetër të gjitha punimet, materialet didaktike, librat universitar duhet të depozitohen në bibliotekë, duke e pasuruar më shumë atë. Biblioteka është e pajisur me programe të integruara bibliotekare: COBISS (sistemi bibliografik kombëtar për vlerësimin e rezultateve të kërkimit në Shqipëri), me një rol qendror në sistemin e katalogimit të përbashkët, në kërkimin e informacioneve bibliografike dhe në udhëheqjen e bibliografive të kërkuesve shkencorë shqiptarë. Baza përmban regjistrime bibliografike për materiale libra (monografi, seriale, artikuj) dhe jo libra (CD, DVD etj.). Sistemi mundëson shfrytëzimin pa kufi nga ana e komunitetit të UMAD-së.
<b>Kriteri 7.</b> Biblioteka duhet të vihet në dispozicion të studentëve në orare shërbimi që janë në përshtatje me oraret e zhvillimit të procesit mësimor dhe përtej tyre, në përgjigje edhe të nevojave, numrit të studentëve dhe kapacitetit të saj.	Biblioteka, si pjesë e strukturës organizative të UAMD-së funksionon brenda orarit zyrtar 8.00-16.00. Për plotësimin e nevojave të studentëve, të cilët deshirojnë të studiojnë edhe në ditë të tjera, biblioteka ka zgjeruar oraret e saj edhe ditën e shtunë, në orarin 8.00-12.00. Kapaciteti i stafit të bibliotekës është i tillë që përballon nevojat e studentëve për shërbim, apo edhe shfrytëzim të mjediseve për punë në grup apo prezantime. Numri i punonjesve të bibliotekës është 8 anëtar si përgjegjës, klasifikator, bibliograf, bibliotekar. Kompetenca e tyre për të ofruar shërbime është e specializuar, pasi ato janë punonjëse që përveç diplomimit në një fushë të caktuar kanë përfunduar shkollën e bibliotekave, kanë njohuri të mira në përdorimin e kompjuterit dhe gjuhëve të huaja kryesisht anglisht. Në ndihmë të studentëve është sektori elektronik, i aksesueshëm gjatë gjithë javës me orar të plotë. Shërbimi i informacionit elektronik (me e-mail/katalog elektronik) e hënë- e diel: 8:00-20:00. (Evidenca 91) <sup>174</sup> .
<b>Kriteri 8.</b> Biblioteka dhe njësitë përgjegjëse të programit ndjekin dhe raportojnë për cilësinë e fondit fizik të bibliotekës dhe fondit online (titujt kryesorë të pranishëm në shërbim të programit), përditësimin, shkallën e shfrytëzimit të fondit fizik dhe fondit online nga personeli akademik dhe studentët e programit, shfrytëzimi i sallave të studimit, duke nxjerrë në pah sa të efektshme kanë qenë përpjekjet për pasurimin fondit fizik dhe atij online, cilat janë kërkesat për tituj, por edhe për performancën e personelit akademik.	Departamenti Menaxhim-Marketing ku zhvillohet programi i studimit bachelor në “Menaxhim Marketing” ashtu sikurse cdo departament tjetër pjese e UAMD-se në zbatim të ligjit nr. 9643, datë 20.11.2006 “Për Prokurimin Publik”, të ndryshuar, nenit 4 dhe nenit 7, Kreu I, të Vendimit të Këshillit të Ministrave nr. 914, datë.29.12.2014 “Për Miratimin e Rregullave të Prokurimit Publik”, per pilon kerkesa per libra dhe literature shkencore te nevojshme dhe me tej biblioteka në bashkëpunim me fakultetet i dorëzon prane drejtorise se menaxhimit financiar keto kerkesa (kerkesat per blerje libri, materiale, pajisje, rafte, skanera, kompjutera, etj). Çdo vit akademik parashikohen fonde për blerjen e literaturës shkencore (Evidenca 92) <sup>175</sup> , (Evidenca 88) <sup>176</sup> .

<sup>171</sup> Evidenca 88: Biblioteka online

<sup>172</sup> Evidenca 91: Memo e Kalendarit te Bibliotekes

<sup>173</sup> Evidenca 88: Biblioteka online

<sup>174</sup> Evidenca 91: Memo kalendar i Bibliotekes

<sup>175</sup> Evidenca 92: Rregullorja e bibliotekës shkencore

<sup>176</sup> Evidenca 88: Biblioteka online

Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht

#### Standardi IV.4

Institucioni i arsimit të lartë disponon një sistem të brendshëm të menaxhimit institucional dhe e vë atë në dispozicion të administrimit, informimit dhe monitorimit të aktivitetit akademik, financiar e administrativ për programin e studimit.

Kriteret	Vlerësimi
<p><b>Kriteri 1.</b> Institucioni disponon sistem të menaxhimit nëpërmjet të cilit administron të gjithë informacionin që lidhet me studentët dhe aktivitetin e tyre nga regjistrimi deri në diplomim në programin e studimit.</p>	<p>Universiteti Aleksander Moisiu, në përputhje me statutin e UAMD-së, neni 63, 91, 92 për ruajtjen e dokumentacionit mësimor por edhe në rregulloret e FB dhe Departamentit Menaxhim- Marketing, informacioni në lidhje me studentet dhe aktivitetin e tyre regjistrohet dhe arkivohet nëpërmjet një sistemi menaxhimit të brendshëm. Ky sistem është konceptuar të funksionojë në 2 drejtime: Informacioni i regjistruar dhe ruajtur në mënyrë elektronike dhe informacioni i regjistruar dhe ruajtur në mënyrë manuale. Pasi kandidati fiton statusin e studentit, regjistrohet në sekretarinë mësimore të fakultetit duke paraqitur dokumentacionin e nevojshem si edhe duke respektuar afatet e përcaktuara nga MASR. Pasi student regjistrohet në sekretarinë mësimore, kryen edhe regjistrimin në sistemin elektronik të sekretarisë ESSE3. Në këtë sistem studenti pajiset me username dhe password personal. Studentët e regjistruar pajisen me librezë studenti. Mbështetur në legjislacionin në fuqi dokumentacioni themelor për studentët është:</p> <p>Regjistri themeltar i studentit i cili vërteton regjistrimin e studentit që pajiset me numër matriculimi deri në marrjen e diplomës ose certifikatës.</p> <p>Regjistri i arritjeve akademike të studentit që vërteton rezultatet e studentit gjatë aktivitetit të tij akademik.</p> <p>Regjistri i lëshimit të diplomave dhe certifikatave që vërteton emetimin e certifikatave dhe diplomave.</p> <p>Keto 3 regjistra ruhen, pas diplomimit, në arkiven e Shtetit Shqiptar, arkiven e UAMD-se si kopje e njësuar me origjinalin në formë hardcopy dhe elektronike. Kjo gjë vërehet te Statuti i Universitetit "Aleksandër Moisiu", Durrës, Neni 63, Neni 91 dhe Neni 92 i tij. (Evidenca 2)<sup>177</sup>, (Evidenca 81)<sup>178</sup>, (Evidenca 63)<sup>179</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Sistemi i brendshëm i menaxhimit administron informacionin, dokumentacionin dhe aktivitetin e personelit akademik, personelit ndihmësakademik, personelit administrativ dhe partnerëve të angazhuar në realizimin e programit.</p>	<p>Në përputhje me statutin e UAMD-së dhe rregulloren e Departamentit të Menaxhim-Marketingut administrohet informacioni në lidhje me aktivitetin e personelit akademik, ndihmës akademik, administrativ dhe partner të angazhuar.</p> <p>Ky informacion ruhet në forme hardcopy dhe elektronike në disa njësi të UAMD-së: Departamenti, Fakulteti, Universiteti, Zyra e Personelit dhe Pagave, Zyra e financës.</p> <p>Në përputhje me rregulloren e departamentit Menaxhim- Marketing informacioni që ruhet për stafin akademik, ndihmësakademik, dhe të angazhuar dokumentohet përmes planeve mësimore, syllabuseve, ngarkesës akademike, ngarkesës për kontributin insitucional, ngarkesës intelektuale. Këto dokumente ruhen në departament dhe bëhen pjesë integrale e analizës mësimore dhe shkencore të departamentit. Analiza mësimore dhe shkencore përcillet në Fakultet dhe Rektorat duke u bërë pjesë e të dhënave të përgjithshme të insitucionit. Në rastin e pedagogeve të ftuar të programit dokumentacioni ruhet në departament, fakultet, zyrën e personelit dhe pagave dhe zyrën e financës.</p> <p>Informacioni rreth dosjes së stafit akademik, ndihmësakademik, administrativ dhe të angazhuar gjendet në një format tip në zyrën e personelit dhe pagave dhe përditësohet sa herë ka ndryshime të titujve, gradave apo pozicioneve.</p> <p>Informacioni i dokumentuar për stafin akademik, ndihmësakademik, administrative dhe të angazhuar ruhet edhe në zyrat e financës dhe buxhetit përmes përcaktimit të kategorisë së punonjësve, raportit për ngarkesën mësimore dhe gjithë dokumentacioni për pagat, pagesat, honoraret dhe shpërblimet. Ky dokumentacion i</p>

<sup>177</sup> Evidenca 2: Evidenca Statuti i UAMD-së

<sup>178</sup> Evidenca 81: Evidenca Rregullore e burimeve njerezore

<sup>179</sup> Evidenca 63: Sistemi PITAGORA (RASH)

	<p>bëhet transparent edhe vetë punonjësve, nevojë kjo e ardhur edhe nga detyrimi për përpilimin e deklaratës së të ardhurave personale.</p> <p>Informacion në lidhje me veprimtarinë e stafit akademik ruhet edhe nëpërmjet accounteve që stafi ka në portalin e UAMD-së, informacion që ka karakter informues për publikun e gjerë apo sistemin ESSE3, ku mund të ruhet dhe analizohet marrëdhënia e stafit me studentin në terma të vlerësimit për lëndët ku pedagogu është coordinator (Evidenca 2)<sup>180</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Sistemi i menaxhimit siguron akses të dedikuar në informacione e dokumente për të gjithë personelin dhe studentët e programit të studimit.</p>	<p>Sistemi i menaxhimit të informacionit krijon akses për personelin dhe studentët përmes formave të ndryshme. Hartimi i raporteve të analizës mësimore dhe shkencore në nivel departamenti, krijon mundësinë që të diskutohet dhe miratohet në mbledhje departamenti duke krijuar mundësinë që çdo anëtar i programit të studimit të ketë mundësi të marrë informacion. Detyrimi për të bërë publik informacionin në lidhje me aktivitetin e stafit të programit në websitet personale, web, stenda, siguron informacion për publikun. Një vend të rëndësishëm zë edhe shpërndarja e informacionit që lidhet me mbarëvajtjen e procesit mësimor. Ky informacion dokumentohet në stenda dhe web-in e Universitetit me seksion të vecanta për fakultetin, departamentin apo edhe programin e studimit. Ky informacion lidhet me strukturën e vitit akademik, orarin mësimor, kurrikulën e programit, prioritet e kërkimit dhe fushat e ekspertizës, mundësitë e punësimit, kompetencat e stafit dhe studentëve etj (Evidenca 80)<sup>181</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Sistemi i menaxhimit ka të integruar platforma dhe module që mundësojnë forma të komunikimit interaktiv dhe shkëmbimit të informacionit ndërmjet personelit akademik dhe studentëve.</p>	<p>Sistemi i menaxhimit të informacionit ka të integruar sistemin ESSE3 ku hidhen, ruhen dhe përpunohen të dhëna në lidhje me vlerësimin e studentit. Përmes këtij sistemi studenti merr në kohë reale të dhëna në lidhje me të drejtën për të hyrë ose jo në provim, prentimin e provimit, informacionit në lidhje me vlerësimin e bërë nga pedagogu gjatë semestrit, vlerësimin në provim dhe notën perfundimtare. Portali i UAMD-së shërben si një platformë ku studenti mund të marrë informacion në websitet e pedagogëve për materiale të ndryshme në lidhje me lëndë specifike. Çdo pedagog është i detyruar të vendose në websitin e tij një formë të përmbledhur të ciklit të leksioneve të lëndës së tij si edhe informacione që ai i vlerëson të rëndësishme për t'i komunikuar me studentet (Evidenca 93)<sup>182</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 5.</b> Sistemi i menaxhimit garanton monitorim në kohë reale të aktivitetit akademik e administrativ dhe mundëson raportime individuale dhe të dhëna në kohë reale për organet dhe autoritetet drejtuese.</p>	<p>Në departamentin e Menaxhim-Marketingut mbledhja dhe monitorimi i informacionit bëhet nga një ekip i përbërë nga drejtuesi i departamentit, drejtuesit e grupeve mësimore kërkimore, të cilët monitorojnë informacionin në lidhje me aktivitetin akademik të stafit duke filluar me raportimin për respektimin e orarit mësimor, ngarkesës mësimore, etikes në komunikim, dokumentacionit duke hartuar çdo vit një përmbledhje të ngarkesës mësimore, akademike, dhe asaj të kontributit institucional për çdo anëtar të stafit të programit. Raportet e monitorimit dhe vlerësimit përcillen në fakultet. Nga ana tjetër sistemi i hedhjes së vlerësimit mund të vlerësojë në kohë reale ndërhyrjet në sistem si edhe nëse ka parregullsi apo mungesë të gjenerimit të informacionit nga ana e stafit akademik. Ky informacion vlerësohet dhe raportohet në organet drejtuese që më pas mund të vlerësojë dhe ndërmarrin masa ndërhyrëse për përmirësimin e situatës së konstatuar (Evidenca 34)<sup>183</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 6.</b> Informacionet që lidhen me programin e studimit, personelin akademik, aktivitetet e ndryshme, publikohen në faqen e internetit në të paktën dy gjuhë, ku njëra prej tyre është gjuha shqipe.</p>	<p>Informacioni në lidhje me programin e studimit në faqen e web-it gjendet në 2 gjuhë, në gjuhën shqipe dhe atë angleze. Faqja në gjuhën shqipe përmban informacionet e plota të të gjitha fushave, ndërsa faqja në gjuhën angleze është në përditësim e sipër dhe përmban informacionet kryesore në lidhje me programet e studimit, personelin akademik dhe aktivitetet e ndryshme. Ndërkohë, UAMD-ja është shumë aktive në rrjetet sociale, në të cilat ngarkohen njokohësisht të gjitha informacionet në kohë reale. Gjithashtu, aty ngarkohen shumica e materialeve, të cilat gjenden edhe në faqen</p>

<sup>180</sup> Evidenca 2: Statuti i Uamd-se

<sup>181</sup> Evidenca 80: Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit & Karrierës

<sup>182</sup> Evidenca 93: Faqet ne IG te UAMD, FB, DM

<sup>183</sup> Evidenca 34: Evidenca Rregullore e Departamentit Marketing

	zyrtare, të cilat nuk çënojnë privatesinë e përdorueseve, por vetëm ndikojnë pozitivisht në informimin e përdorueseve. <sup>184</sup>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi IV.5	
Institucioni i arsimit të lartë garanton financimin dhe mbështetjen financiare të nevojshme për realizimin e procesit mësimor-kërkimor, mbarëvajtjen e programit të studimit dhe mbështetjen e studentëve.	
Kriteret	Vlerësimi
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni harton një raport financiar të kostove të njësisë bazë përgjegjëse për programin e studimit dhe planin për mbështetjen financiare të nevojshme për mbarëvajtjen e programeve të studimit për të paktën një cikël të plotë studimi.	Universiteti Aleksander Moisiu, mbështetur në Kushtetuten e Republikës së Shqipërisë, në Ligjin Nr. 80, datë 22.07. 2015 “Për Arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në institucionet e arsimit të Universiteti Aleksander Moisiu, mbështetur në Kushtetuten e Republikës së Shqipërisë, në Ligjin Nr. 80, datë 22.07. 2015 “Për Arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në institucionet e arsimit të lartë në Republikën e Shqipërisë” si dhe në akte të tjera ligjore e nënligjore në fuqi, në përputhje me statutin e UAMD-së, bazuar në nenin 5, 93, 94 për përcaktimin e autonomisë financiare dhe financimet e UAMD-së harton një raport financiar të kostove të programit të studimit dhe planin për mbështetjen financiare. UAMD për sa i takon financimit dhe menaxhimit të burimeve financiare funksionon konform legjislacionit në fuqi, që rregullon veprimtarinë e arsimit të lartë në Republikën e Shqipërisë. Raporti financiar i hartuar nga Drejtoria e Financës dhe Buxhetit në UAMD-së detajon dhe konkludon në koston për student të cikleve të studimit Bachelor, Master professional dhe Master i Shkencave. Duhet theksuar se ky plan financiar detajon kostot për të gjithë zërat në shërbim të realizimit të programit që nga shërbimet operative, kostot e burimeve njerëzore, shpenzimet për mirëmbajtjen e mjediseve, shpenzimet për bibliotekën etj (Evidenca 94) <sup>185</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Plani i financimit të njësisë bazë përgjegjëse për programin e studimit duhet të përmbajë financimin e burimeve njerëzore në shërbim të realizimit të programeve, shpenzimet operative për mirëmbajtjen e mjediseve dhe teknologjive mbështetëse të procesit mësimor, shpenzimet për bibliotekën dhe pasurimin e literaturës e aksesin në bibliotekat online, detyrimet financiare, grantet vendase apo të huaja të përfituara dhe kontratat e shërbimeve të lidhura në funksion të realizimit të programeve të studimit, projektet dhe zëra të tjerë.	Institucioni harton edhe raportin e analizës financiare për të paktën tre vitet e kaluara për të evidentuar masen e realizimit të të ardhurave si edhe nivelin e realizimit të shpenzimeve. Ky dokument shërben për të identifikuar nevojat për financim dhe planifikuar, si rrjedhojë, ndërhyrjet e posacme dhe të nevojshme. Këto ndërhyrje do të mundësonin rritjen e efektivitetit të përdorimit të parave si dhe garantimin e ecurisë dhe mbarëvajtjes së programit të studimit (Evidenca 94) <sup>186</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Institucioni kryen auditim periodik, vlerëson dhe dokumenton gjendjen e financimit dhe efektivitetin financiar të tij.	Institucioni çdo vit, në mënyrë të rregullt, auditohet nga grupi i ekspertëve të auditit të brendshëm të institucionit. Tre janë burimet potenciale të financimit: Financim nga buxheti i shtetit, financim nga tarifat e studentëve si edhe financim nga shërbimet që UAMD ofron për aktorë të tretë. Për të siguruar transparencën e mbledhjes dhe përdorimit të fondeve UAMD bën publike pasqyrën financiare të të ardhurave nga tarifat e studenteve dhe nga burimet e tjera të financimit (Evidenca 129) <sup>187</sup> .

<sup>184</sup> <https://uamd.edu.al/menaxhim-marketing/>

<sup>185</sup> Evidenca 94: Raport Financiar 2021-2022

<sup>186</sup> Evidenca 94: Raport Financiar 2021-2022

<sup>187</sup> Evidenca 129: Raporti Vjetor i Auditit të brendshëm



<b>Kriteri 4.</b> Institucioni raporton deri në nivelin e njësisë bazë përgjegjëse për programin e studimit mbi realizimin e buxhetit të miratuar të vitit paraardhës.	Nga ana tjetër institucioni harton edhe raportin e analizës financiare për të paktën tre vitet e kaluara për të evidentuar masen e realizimit të të ardhurave si edhe nivelin e realizimit të shpenzimeve. Ky dokument shërben për të identifikuar nevojat për financim dhe planifikuar, si rrjedhojë, ndërhyrjet e posaçme dhe të nevojshme (Evidenca 127) <sup>188</sup> , (Evidenca 2) <sup>189</sup> .			
<b>Kriteri 5.</b> Institucioni garanton qëndrueshmërinë financiare për zhvillimin e programeve të studimit të njësisë bazë dhe kapacitetet financiare të mjaftueshme për ecurinë normale të këtyre programeve. Në rastet e nevojave të përmirësimit të situatës financiare institucioni planifikon ndërhyrje të posaçme dhe diversifikimin eventual të financimit të programeve të studimeve.	Këto ndërhyrje do të mundësonin rritjen e efektivitetit të përdorimit të parave si dhe garantimin e ecurisë dhe mbarëvajtjes së programit të studimit. Relacioni mbi projekt buxhetin afatmesëm dhe afatgjatë hartohet në mënyrë periodike nga njesitë përgjegjëse të UAMD-së, si Drejtorja e Financës dhe Buxhetit e mbështetur nga personeli i drejtorive të tjera ndihmëse) dhe ka si qëllim kryesor të kontrollojë mbarëvajtjen e programeve të studimit të të gjitha cikleve përgjatë kohës së shtrirjes së tyre si dhe përcakton objektivat dhe investimet e nevojshme për afatin e mesëm që synojnë përmirësimin e cilësisë së mësimdhënies dhe kërkimit shkencor në të gjitha programet e studimit por sidomos në programet e ciklit të dytë të studimeve. Gjithashtu në relacionin afatmesëm të projekt buxhetit planifikohen edhe rrugët e financimit të investimeve duke identifikuar burimet e mundshme të gjenerimit të të ardhurave (Evidenca 2) <sup>190</sup> , (Evidenca 94) <sup>191</sup> .			
<b>Shkalla e përbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përbushet</b>	<b>Përbushet pjesërisht</b>	<b>Përbushet kryesisht</b>	<b>Përbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Shkalla e përbushjes së standardeve të fushës IV</b>	<b>Nuk përbushet</b>	<b>Përbushet pjesërisht</b>	<b>Përbushet kryesisht</b>	<b>Përbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

## V. STUDENTËT DHE MBËSHTETJA E TYRE

<b>Standardi V.1</b>	
<b>Institucioni i arsimit të lartë harton, ndjek dhe zbaton politika dhe procedura për pranimin, përzgjedhjen, përparimin e studentëve, transferimin, njohjen, vlerësimin e dijeve dhe diplomimin në programin e studimit.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni harton dhe zbaton politika dhe procedura që mbulojnë ciklin e plotë akademik të studentëve nga hyrja në dalje, në përputhje me legjislacionin në fuqi dhe aktet e veta rregullatore.	Universiteti “Aleksandër Moisiu” ka politika dhe procedura që mbulojnë në mënyrë të plotë ciklin hyrje deri në dalje të studentit në përputhje të plotë me legjislacionin në fuqi. Këto politika janë përcaktuar në Statutin e Universitetit, në rregulloren e studimeve universitare të UAMD, Fakultetit të Biznesit, të programit të studimit të programit “Menaxhim Marketing” Në funksion të kësaj janë konceptuar funksionimi i të gjithë organigramës së FB me njësi dhe struktura në funksion të procesit mësimor. Funksionet e këtyre njësive janë parashikuar në rregullore të posaçme si më poshtë: a. Statuti i UAMD-së, b. Rregullore e UAMD-së, c. Rregullore e Fakultetit të Biznesit (neni30/33 pika 3/ 34 pika 4, d. Rregullore e Programit të studimeve bachelor.

<sup>188</sup> Evidenca 127: Tabela per Kostot e Programeve Menaxhim Marketing

<sup>189</sup> Evidenca 2: Statuti i Universitetit Aleksandër Moisiu, Durrës Nenet 94, 95,96,97,98

<sup>190</sup> Evidenca 2: Evidenca Statuti i UAMD-së

<sup>191</sup> Evidenca 94: Raport Financiar 2021-2022

	<p>“Menaxhim Marketing” (Rregullore e BSC MM), (Evidenca 2)<sup>192</sup>, (Evidenca 37)<sup>193</sup>, (Evidenca 15)<sup>194</sup>, (Evidenca 4)<sup>195</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Politikat dhe procedurat nga hyrja në dalje garantojnë barazinë dhe të drejta të njëjta për të gjithë kandidatët për studentë dhe studentët e programit të studimit.</p>	<p>Sipas kësaj rregulloreje çdo vit akademik, për të ndjekur Bachelor në “Menaxhim Marketing” pranohen studentë nga Shqipëria, dhe nga trojet shqipfolëse si Kosova, Preshevë-Bujanovca, Maqedonia, Serbia e Mali i Zi dhe nga vende të tjera, nëse kandidatët vërtetohet se zotërojnë gjuhën shqipe.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Institucioni harton dhe publikon përpara çdo viti akademik kriteret të veçanta për përzgjedhjen e kandidatëve për t’u pranuar në programin e studimeve. Institucioni bashkëpunon me strukturat e ngritura në zbatim të maturës shtetërore, sipas ligjit dhe udhëzimeve përkatëse. Kriteret parashikojnë edhe regjistrimin e studentëve të huaj.</p>	<p>Departamenti që mbulon programin e studimit duhet të përcaktojë kuotat e pranimit, kriteret e pranimit dhe të përzgjedhjes së aplikantëve fitues për të gjitha programet e studimit të ciklit të parë që ofron. Kuotat dhe kriteret e përcaktuara nga departamentet bëhen publike nga Njësia kryesore për të gjitha programet e studimit të ciklit të parë që ofrohen nga kjo njësi. Kriteret i përcillen Rektoratit, dhe pasi miratohen nga Senati akademik i përcillen ministrisë përgjegjëse për arsimin e lartë. Çdo vit, Senati Akademik i UAMD-së përfundon propozimin e tij për kuotat e pranimit të secilin fakultet, duke evidentuar kuotat e pranimit, së bashku me informacionin e nevojshëm për fakultetin përkatës dhe programet që ofron. Programi për studime për Bachelor në “Menaxhim Marketing” synon të jetë një cikël studimesh i hapur për të gjithë studentët që kanë mbaruar me sukses maturën shtetërore. Kandidatëve u ofrohet paketa e Bachelor në “Menaxhim Marketing” ku përfshihen: plani mësimor, stafi akademik, koha e realizimit, koha e përgatitjes dhe mbrojtja e detyrimeve përmbyllëse. Kërkesa për pranimit në Bachelor “Menaxhim Marketing” dorëzohet nga i interesuari, me firmë dhe protokollim në sekretari, përkundrejt lëshimit të një vërtetimi dorëzimi. Pranimit i kandidatëve bëhet sipas kriterëve të vendosura nga njësia bazë në fillim të vitit akademik. Përzgjedhja e kandidatëve bazohet në parimet e barazisë, të drejtësisë, të paanësisë dhe të meritës që nënkupton vlerësimin tërësor të treguesve të kandidatit. Për përzgjedhjen e kandidatëve vepron Komisioni i Vlerësimit. Lista përfundimtare shpallet sipas udhëzimeve të dala nga ministria përkatëse. Komisioni ad-hoc i ngritur nga Përgjegjësi i Departamentit vendos rregulla materiale dhe procedurale që do të zbatohen për realizimin e procesit konkret të pranimeve. Kandidati që nuk ka fituar një herë mund të konkurrojë përsëri në vitin e ardhshëm (Evidenca 95)<sup>196</sup>, (Evidenca 96)<sup>197</sup>, (Evidenca 121)<sup>198</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Kriteret, procedurat e pranimit dhe përzgjedhjes së studentëve, përparimit përgjatë kursit të studimit, të transferimit, njohjes së studimeve të mëparshme ose të pjeshme, të vlerësimit të dijeve dhe të diplomimit janë lehtësisht të kuptueshme dhe të aksesueshme nga publiku.</p>	<p>Statuti i UAMD Neni 60, neni 63, neni 64, neni 74 “Transferimi i studimeve, njohja dhe njësimi i diplomave”, Rregullorja e UAMD , miratuar me Vendim nr 154 datë 26.11.2018 të Senatit Akademik, Rregullorja e Fakultetit të Biznesit (neni 34,42,43) përcakton qartësisht kriteret e pranimit dhe përparimit të studimeve të studentëve, transferimit nga një program studimi tjetër, njohjes së studimeve të kryera në një program tjetër i plotë ose i pjesshëm apo edhe i realizuar në kuadër të projekteve të shkëmbimit Erasmus apo programe të tjera shkëmbimi studimesh. Universiteti “Aleksandër Moisiu”, Durrës ofron mundësi për njohjen e krediteve dhe transferimin e studimeve për të gjithë ata që gëzojnë statusin e studentit, midis programeve të të njëjtit cikël studimi, brenda tij, apo institucioneve të ndryshme të arsimit të lartë. Transferimet lejohen në të njëjtin cikël studimi e në fusha studimi të njëjta ose të përafërta dhe vetëm në fillim të vitit akademik. Në rregulloren e Universitetit “Aleksandër Moisiu”, Fakultetit të Biznesit dhe Rregulloren e Programit të Studimit Bachelor “Menaxhim Marketing”, propozohen kriteret e përzgjedhjes së kandidatëve, të cilat miratohen në dekanat dhe shpallen në web-in e Universitetit / Fakultetit sipas programit të studimit. Këto kriteret përcaktojnë notën mesatare, bekraundin e aplikantit etj. Memot parashikojnë: Si kriter përjashtues: Të zbatohet vendimi i qeverisë (Evidenca 128)<sup>199</sup>.</p>

<sup>192</sup> Evidenca 2: Statuti i UAMD-së

<sup>193</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së

<sup>194</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>195</sup> Evidenca 4: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>196</sup> Evidenca 95: Kriteret pranimit Bch dhe Msc në Dep e Marketingut 2019-2020

<sup>197</sup> Evidenca 96: Kthim përgjigje mbi publikimin e kriterëve të pranimit të studentëve të ciklit I dhe II të studimeve në FB, viti akademik 2020-2021

<sup>198</sup> Evidenca 121: Dosja e studentit

<sup>199</sup> Evidenca 128: Publikime në Rrjetet sociale FB -Raundet e Regjistrimit

<p><b>Kriteri 5.</b> Përpara fillimit të çdo viti akademik, institucioni informon publikun dhe të interesuarit në lidhje me kërkesat e kriteret e përgjithshme e të veçanta të programit të studimit.</p>	<p>Fakulteti i Biznesit dhe Departamenti i Marketingut realizon komunikimin me publikun e interesuar për ndjekjen e programi “Menaxhim Marketing” duke shpërndarë informacion, i cili perditësohet në faqet e rrjeteve sociale të Fakultetit dhe të Departamentit lidhur me përmbajtjen, karakteristikat e këtij programi studimi për aplikantët e interesuar. Kriteret bazohen në vendimet e qeverisë.<sup>200</sup> Fakulteti i Biznesit dhe Departamenti i Marketingut realizon komunikimin me publikun e interesuar për ndjekjen e programi Bachelor përmes disa mënyrave.</p> <p>a. Së pari, informacioni perditësohet në faqet e rrjeteve sociale të Fakultetit dhe Departamentit lidhur me përmbajtjen, karakteristikat e këtij programi studimi për aplikantët e interesuar.</p> <p>b. Së dyti, për studentët në përfundim të matures shtetërore, orientohen drejt marrjes së informacionit për rëndësinë e këtij programi studimi nëpërmjet promovimit të universitetit në Panairin Work and Study dhe vizitat e programuara nga stafi i Lektoreve që caktohen nga UAMD për promovimin e Programeve të studimit nëpër gjimnazet e Republikës së Shqipërisë.</p> <p>c. Një mënyrë tjetër komunikimi është ajo përmes komunikimit me studentët që janë në përfundim të ciklit të studimeve bachelor në KMD, të cilët ua referojnë këtë program studimi shokëve, miqve apo të afërmeve të tyre. (Evidenca 129)<sup>201</sup>, (Evidenca 130)<sup>202</sup>; (Evidenca 131)<sup>203</sup>, (Evidenca 132)<sup>204</sup></p>			
<p><b>Kriteri 6.</b> Institucioni harton dhe publikon përpara çdo viti akademik kriteret për përzgjedhjen e kandidatëve me aftësi të veçanta, të pakicave dhe shtresave të marginalizuara.</p>	<p>Përpara çdo viti akademik hartohen kriteret për përzgjedhjen e kandidatëve me aftësi të veçanta, të pakicave dhe shtresave të marginalizuara, këto kriteret përcaktojnë notën mesatare, formimin e aplikantit etj, nëpërmjet kuotave të miratuara dhe përcaktuara nga MASR. Këto kriteret përcaktojnë notën mesatare, formimin e aplikantit etj. (Evidenca 95)<sup>205</sup>, (Evidenca 133)<sup>206</sup>.</p>			
<p><b>Kriteri 7.</b> Institucioni harton dhe publikon përpara çdo viti akademik kriteret për përzgjedhjen e kandidatëve nga shtete të tjera.</p>	<p>Përpara çdo viti akademik hartohen kriteret për përzgjedhjen e kandidatëve e kandidatëve nga shtete të tjera , këto kriteret përcaktojnë notën mesatare, formimin e aplikantit etj, nëpërmjet kuotave të miratuara dhe përcaktuara nga MASR (Evidenca 95)<sup>207</sup>, (Evidenca 134)<sup>208</sup>.</p>			
<p><b>Kriteri 8.</b> Institucioni harton politika të ndihmës/bursave për shtresa në nevojë dhe për të rritur cilësinë e pranimi në programe me përparësi për institucionin dhe për zhvillimin ekonomik të vendit.</p>	<p>Përpara çdo viti akademik hartohen politika të ndihmës/bursave për shtresa në nevojë dhe për të rritur cilësinë e pranimi në programe me përparësi për institucionin dhe për zhvillimin ekonomik të vendit nga fondi mbështetës studentor sipas Nenit 115 pika g - Rregullore e Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës. Gjithashtu, njoftimi studentëve për Bursa Studimi bëhet dhe nëpërmjet rrjeteve sociale.<sup>209</sup> (Evidenca 98)<sup>210</sup>, (Evidenca 37)<sup>211</sup></p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p><b>Nuk përmbushet</b></p>	<p><b>Përmbushet pjesërisht</b></p>	<p><b>Përmbushet kryesisht</b></p>	<p><b>Përmbushet plotësisht</b></p> <p style="text-align: center;"><b>X</b></p>

<sup>200</sup><https://www.instagram.com/p/CgfWpueldOO/>, <https://www.instagram.com/p/CgjQ4Jdt0Pg/>, <https://www.instagram.com/p/CgochEKFdAl/>, <https://www.instagram.com/p/ChFTfIrlsXV/>

<sup>201</sup> Evidenca 129: Evidenca Promovim UAMD

<sup>202</sup> Evidenca 130: Promovimi në faqet e departamentit

<sup>203</sup> Evidenca 131: Promovim tek maturantet

<sup>204</sup> Evidenca 132: Promovimi në Rrethet -Broshura Promovimi i Programeve

<sup>205</sup> Evidenca 95: Memo mbi Kriteret e pranimi në sistemin “Bachelor” dhe “Master” në Departamentin e Marketingut 2019 – 2020

<sup>206</sup> Evidenca 133: Tabelen me Kuotat e miratuara për programet e Ciklit të parë dhe ciklit të dytë të studimeve, për vitin akademik 2021-2022

<sup>207</sup> Evidenca 95: Kriteret pranimi Bch dhe Msc në Dep e Marketingut 2019-2020

<sup>208</sup> Evidenca 134: Publikimi i Kriterëve e Pranimi 2022-2023

<sup>209</sup> <https://www.instagram.com/p/CnPweBqt9Ik/>

<sup>210</sup> Evidenca 98: Grupi i punës që shqyrton dokumentacionin në lidhje me bursat

<sup>211</sup> Evidenca 37: Rregullore e Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës

Adresa: “Rruga e Durrësit”

Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë

Tel:+355 (04) 222-43423

Web site: [www.ascal.al](http://www.ascal.al)

E-mail: [info@ascal.al](mailto:info@ascal.al)

Standardi V.2	
Institucioni i arsimit të lartë vë në dispozicion të studentëve të programit të studimit, informacion të plotë e të hollësishëm mbi përparimin akademik, njohjen, vlerësimin e dijeve deri në përfundim të studimeve dhe diplomimit në atë program.	
Kriteret	Vlerësimi
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni vë në dispozicion informacion të plotë dhe të hollësishëm në lidhje me kriteret e procedurat e përparimit akademik të studentëve dhe kalimit nga një vit akademik në tjetrin.	Në çdo fillim viti akademik, bëhet i mundur informacioni në lidhje me strukturën e vitit akademik në të cilën detajohet kohëzgjatja e vitit akademik, ndarja e tij në semestra, periudha e provimeve. Informacioni në website të UAMD dhe Fakultetit të Biznesit si dhe rrjetet sociale në lidhje organizimin dhe programet që ofron departamenti, krijon mundësinë për të marrë informacionin e duhur në lidhje me organizimin e plotë të studimeve të këtij programi. Informacioni i përgjithshëm mbi politikat dhe procedurat mund të aksesohen në rregulloren e Fakultetit të Biznesit, Rregulloren e Programit të studimeve bachelor “Menaxhim Marketing” gjenden te Statuti i UAMD-së (Evidenca 123) <sup>212</sup> , (Evidenca 135) <sup>213</sup> , (Evidenca 37) <sup>214</sup> , (Evidenca 15) <sup>215</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e njohjeve të kualifikimeve të mëparshme ose studimeve të pjesshme.	FB ka një sistem informacioni për të transmetuar te studentët të gjithë informacionin e nevojshëm në lidhje me programet e studimit, procesin mësimor, rregulloren e institucionit, rregulloren e studimeve, procedurat në lidhje me aktivitete të ndryshme të procesit mësimor, etj. Informacioni i duhur publikohet në disa forma në format elektronik në websit-in <sup>216</sup> e universitetit, i cili është i aksesueshëm nga të gjithë studentët. Statuti i Universitetit, Rregullorja e UAMD, Rregullorja e Fakultetit, Rregullore e Programit të studimeve Bachelor “Menaxhim Marketing”, rregullorja e departamentit janë në dispozicion të të interesuarve për të parë qartazi kriteret e përcaktuara për procesin e konvertimit (Evidenca 15) <sup>217</sup> , (Evidenca 136) <sup>218</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e vlerësimit të dijeve e aftësive të studentëve në programin e studimit.	Në Fakultetin e Biznesit, UAMD ka një strukturë të organizuar për të pajisur studentët të gjithë informacionin e nevojshëm në lidhje me programet e studimit, procesin mësimor, rregulloren e Fakultetit, rregulloren e programit, të provimeve, Departamentit procedurat në lidhje me aktivitete të ndryshme të procesit mësimor, etj. Informacioni i duhur publikohet përmes njoftimeve në stendat e Fakultetit të Biznesit, në format digjital përmes faqes së Fakultetit dhe Departamentit në rrjetet sociale, si orari i mësimit, njoftime apo rezultate të veprimtarive të ndryshme, etj. Rregullorja e Fakultetit, Rregullorja e programit të studimeve dhe ajo e provimeve përcaktojnë qartësisht procedurat dhe kriteret për vlerësimin e dijeve të tyre në lëndë të ndryshme të programit të studimit përmes: Rregullorja e Fakultetit Neni 54 “Kontrolli i dijeve”, Neni 55 “ Zhvillimi i provimeve”, Neni 56 “Rregullat e provimit”, Neni 57 “Ankimimi i provimeve”, Neni 58 “Organizimi i Sezoneve të riprovimeve”, Neni 59 “Organizimi i kurseve intensive”, Neni 60 “Përmirësimi i notes”, Neni 61 “Mbrojtja e diplomës”, Neni 62 “Organizimi dhe zhvillimi i diplomimit”, Neni 63 “Procedurat e zgjedhjes, përgatitjes dhe mbrojtjes së tezës së diplomës”, Neni 64 “Vlerësimi i tezës së diplomës”, Neni 65 “Organizimi dhe vlerësimi i provimit të përgjithshëm përfundimtar të diplomës”, Rregullore së provimeve në : Neni 2 “Kontrolli i dijeve”, Neni 3 “ Zhvillimi i provimeve ”, Neni 4 “ Rregullat e provimit ”, Neni 5 “Ankimimi i provimeve”, Neni 6 “ Organizimi i Sezoneve të riprovimeve ”, Neni 7 “ Organizimi i kurseve intensive, Neni 8 “Përmirësimi i notes”, Nga ana tjetër çdo pedagog orën e parë të prezantimit me studentët njih studentët me përmbajtjen e syllabusit ku studenti mund të informohet

<sup>212</sup> Evidenca 123: Orientimi i studenteve Universiteti ALEKSANDER MOISIU

<sup>213</sup> Evidenca 135: Foto Java e Orientimit Viti i I

<sup>214</sup> Evidenca 137: Rregullore e Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës

<sup>215</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>216</sup> [www.uamd.edu.al](http://www.uamd.edu.al)

<sup>217</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>218</sup> Evidenca 136: Informimi Studenteve - Shembull Orari Mesimor

	rreth formës dhe mënyrës së vlerësimit për të gjitha lëndët (Evidenca 15) <sup>219</sup> , (Evidenca 136) <sup>220</sup> .			
<b>Kriteri 4.</b> Institucioni i arsimit të lartë informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e punimit të diplomës dhe diplomimit në programin e studimit.	Studentët në programet e ciklit të parë të studimeve diplomohen me provim të përgjithshëm përfundimtar ose punim diplome. Detyrimet përmbyllëse për studentët e ciklit të parë të studimeve në Fakultetin e Biznesit zhvillohen në dy forma: <ul style="list-style-type: none"> <li>Në rastin kur studenti ka një mesatare mbi notën 7, studenti i shlyen detyrimet përmbyllëse me përpilimin e mikrotezës dhe mbrojtjen e saj përpara një komisioni të posaçëm.</li> <li>Në rastin kur studenti ka një mesatare nën notën 7, studenti i shlyen detyrimet përmbyllëse duke zhvilluar provimin për mbylljen e studimeve (Evidenca 25)<sup>221</sup>.</li> </ul>			
<b>Kriteri 5.</b> Përpara fillimit të çdo viti akademik dhe në mënyrë periodike, institucioni i arsimit të lartë publikon udhëzues të posaçëm dhe organizon takime të hapura për informimin e të interesuarve e studentëve të ardhshëm mbi programin e studimit.	<p>Departamenti i Marketingut realizon nje proces komunikimi të vazhdueshëm në lidhje me këtë program studimi përmes Departamenti i Marketingut realizon komunikimin me publikun e interesuar për ndjekjen e programi Bachelor përmes disa mënyrave.</p> <p>a. Së pari, informacioni perditësohet në faqet e rrjeteve sociale<sup>222</sup> të Fakultetit dhe të Departamentit lidhur me përmbytjen, karakteristikat e këtij programi studimi për aplikantët e interesuar.<sup>223</sup></p> <p>b. Së dyti, për studentët në përfundim të matures shtetërore, orientohen drejt marrjes së informacionit për rëndësinë e këtij programi studimi nëpërmjet promovimit të universitetit në Panairin Work and Study dhe vizitat e programuara nga stafi i Lektoreve që caktohen nga UAMD për promovimin e Programeve të studimit nëpër gjimnazet e Republikës së Shqipërisë.</p> <p>c. Një mënyrë tjetër komunikimi është ajo përmes komunikimit me studentët që janë në përfundim të ciklit të studimeve bachelor ne Menaxhim Marketing, të cilët ua referojnë këtë program studimi shokëve, miqve apo të afërmeve të tyre.</p> <p>Gjithashtu, Departamenti i Marketingut ka faqen e tij në facebook dhe instagram ku informon publikun dhe studentët e ardhshëm lidhur me programin e studimit. (Evidenca 128)<sup>224</sup>, (Evidenca 129)<sup>225</sup>, (Evidenca 130)<sup>226</sup>, (Evidenca 131)<sup>227</sup>, (Evidenca 132)<sup>228</sup>.</p>			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<sup>219</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>220</sup> Evidenca 136: Informimi Studenteve - Shembull Orari Mesimor

<sup>221</sup> Evidenca 25: Rregullore e Detyrimeve Përmbyllëse cikli Bachelor

<sup>222</sup> <https://www.instagram.com/p/CgjQ4JdtOPg>

<sup>223</sup> <https://www.instagram.com/p/ChFTFrlsXV/>

<sup>224</sup> Evidenca 128: Publikime ne Rrjete sociale FB -Raundet e Regjistrimit

<sup>225</sup> Evidenca 129: Publikime ne Rrjete sociale FB -Raundet e Regjistrimit

<sup>226</sup> Evidenca 130: Promovimi ne faqen e departamentit

<sup>227</sup> Evidenca 131: Promovim tek maturantet

<sup>228</sup> Evidenca 132: Promovimi ne Rrethe -Broshura Promovimi i Programeve

Standardi V.3	
Institucioni i arsimit të lartë vë në dispozicion të studentëve informacion të plotë e të hollësishëm për objektivat formuese, strukturën, organizimin, përmbajtjen e programit të studimit, rezultatet e pritshme të të nxëniet dhe mundësitë e punësimit.	
Kriteret	Vlerësimi
<b>Kriteri 1.</b> Studentët informohen në mënyrë të hollësishme për strukturën, organizimin dhe kohëzgjatjen e programit të studimit.	Në çdo fillim viti akademik, bëhet i mundur informacioni në lidhje me strukturën e vitit akademik në të cilën detajohet kohëzgjatja e vitit akademik, ndarja e tij në semestra, periudha e provimeve. Informacioni në website të UAMD dhe Fakultetit të Biznesit si dhe rrjetet sociale në lidhje organizimin dhe programet që ofron departamenti, krijon mundësinë për të marrë informacionin e duhur në lidhje me organizimin e plotë të studimeve të këtij programi. Informacioni i përgjithshëm mbi politikën dhe procedurat mund të aksesohen në rregulloren e Fakultetit të Biznesit, Rregulloren e Programit të studimeve bachelor “Menaxhim Marketing” gjenden te Statuti i UAMD-së. <sup>229</sup> (Evidenca 123) <sup>230</sup> , (Evidenca 135) <sup>231</sup> , (Evidenca 37) <sup>232</sup> , (Evidenca 4) <sup>233</sup> , (Evidenca 15) <sup>234</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Institucioni vë në dispozicion të studentëve informacion dhe dokumentacion/ udhëzues të posaçëm për lëndët/modulet, përmbajtjen dhe veprimtaritë formuese.	Fakulteti i Biznesit, Universiteti “Aleksandër Moisiu” ka një sistem të organizuar informacioni për të transmetuar te studentët të gjithë informacionin e nevojshëm në lidhje me programet e studimit, procesin mësimor, rregulloren e brendshme të institucionit, rregulloren e studimeve, procedurat në lidhje me aktivitete të ndryshme të procesit mësimor, etj. Vendimet e rëndësishme të marra nga Senati Akademik, Bordi i Administrimit, Rektorati, këshillat e fakulteteve dhe dekanati në lidhje me aktivitete të ndryshme të procesit mësimor, të studentëve, rezultatet e analizave të bëra, etj., u bëhen me dije studentëve në forma të ndryshme si takime të drejtpërdrejta me studentët, shpalljeve në mjediset e caktuara të universitetit, njoftimeve në website apo rrjete sociale të cilat janë mjaft aktive. Nga ana tjetër prezantohet dhe i shpjegohet studentëve me detaje syllabusi që në orën e parë që lektori përkatës futet në leksion me studentët. Ky është një detyrim që secili prej lekt orëve e realizon dhe është lehtësisht e kontrollueshme përmes pyetësorit të realizuar me studentët (dy herë në vit) një prej pyetjeve që ky pyetësor përmban është edhe ajo e cila i referohet marrjes së informacionit nga ana e studentëve nëse syllabusi i lëndës është bërë prezent nga lektori përkatës (Evidenca 15) <sup>235</sup> dhe te “Syllabusi” i lëndëve (Evidenca 58). <sup>236</sup>
<b>Kriteri 3.</b> Institucioni informon studentët mbi mundësitë e punësimit, si dhe mbështetjen institucionale për orientimin drejt dhe në tregun e punës.	Universiteti “Aleksandër Moisiu” ka strukturën e Qendrës së karrierës dhe Alumnit për të koordinuar të gjithë punën në aspektin e vlerësimit të mundësive të punësimit dhe suportit insitucional te studenteve. Zyra e Karrierës si funksion të saj parësor ofrimin e mundësive për vende pune, trajnime dhe internship-e për studentët aktualë dhe ata që janë diplomuar pranë Universitetit “Aleksandër Moisiu” Durrës. Kjo arrihet, nëpërmjet vendosjes së kontakteve me firma apo kompani të ndryshme private të cilat operojnë në tregun e punës. Kjo Zyrë ka mundësuar disa bashkëpunime efektive me Kompani të ndryshme, veçanërisht me kompani telefonike, kompani që veprojnë në fushën e teknologjisë së informacionit, të statistikës dhe kontabilitetit etj., Duke arritur rezultate të kënaqshme në përfshirjen e studentëve, nëpër këto Kompani. Në kuadër të ofrimit të mundësive për përfshirjen e studentëve në tregun e punës, Zyra e Karrierës zhvillon aktivitete për studentët të cilat kanë si qëllim njohjen dhe përafrimin e tyre me tregun e punës, përgatitjen e tyre për t’u bërë pjesë e këtij tregu që në fazën e ndjekjes së studimeve, duke i njohur ata me mënyrat e pëpëllimit të CV-ve për të aplikuar për punë (Curriculum Vitae), letrave të interesit (Cover Letter), përgatitjen për të zhvilluar intervista sa më të mira pune, si

<sup>229</sup>[https://www.facebook.com/NeJemiUAMD/?locale=sq\\_AL](https://www.facebook.com/NeJemiUAMD/?locale=sq_AL)

[https://www.facebook.com/photo/?fbid=512889334188898&set=pcb.51288938085560&locale=sq\\_AL](https://www.facebook.com/photo/?fbid=512889334188898&set=pcb.51288938085560&locale=sq_AL)

<https://uamd.edu.al/programe-bachelor/>

<sup>230</sup> Evidenca 123: Orientimi i studenteve Universiteti ALEKSANDER MOISIU

<sup>231</sup> Evidenca 135: Foto Java e Orientimit Viti i I

<sup>232</sup> Evidenca 27: Rregullore e Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës

<sup>233</sup> Evidenca 4: Rregullore e Programit të studimit Bachelor Menaxhim Marketing

<sup>234</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

<sup>235</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit, Neni 48

<sup>236</sup> Evidenca 58: Syllabus për model

Adresa: “Rruga e Durrësit”

Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë

Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

	dhe ofrimin e një pakete të plotë këshillimi për karrierën. Këto aktivitete janë mundësuar nga kjo Degë në takimet/prezantimet me studentë apo aktivitetet e zhvilluara nga kompanitë që ofrojnë këshillimin e karrierës. <sup>237</sup> (Evidenca 80) <sup>238</sup> , (Evidenca 51) <sup>239</sup> , (Evidenca 99) <sup>240</sup> , (Evidenca 84) <sup>241</sup> .								
<b>Kriteri 4.</b> Studentëve u vihet në dispozicion informacion i gjerë dhe i përditësuar për zhvillimin dhe organizimin e procesit mësimor, logjistikën, infrastrukturën dhe shërbimet në funksion të realizimit të tij.	Studentëve u krijohet mundësia të aksesojnë informacion të plotë në lidhje me organizimin e mësimit përmes afishimit të orarit në standat e vendosura në ambientet e Fakultetit të Biznesit. Ky orar bëhet i aksesueshëm edhe përmes faqes së facebook të Fakultetit të Biznesit dhe Departamentit. Po kështu sinjalistika e qartë që fillon që në hyrje të Fakultetit (në stenda apo dysheme), e bën të thjeshtë aksesimin e sallave të leksioneve, laboratorëve apo ambienteve të tjera ku studentët zhvillojnë veprimtarinë e tyre të përditshme. Pjesë e infrastrukturës lehtësuese është edhe funksionimi i Bibliotekës ditën e shtunë, ditë që përkon me njërin prej ditëve kur studentët e këtij programi zhvillojnë mësim <sup>242</sup> . Sekretaria e bachelorit krijon mundësinë që studenti të informohet në mënyrë profesionale në lidhje me problematikat që ata hasin gjatë procesit mësimor. Kjo zyrë ofron në mënyrë të centralizuar një seri shërbimesh për studentët në lidhje me procesin mësimor (Evidenca 100) <sup>243</sup> .								
<b>Kriteri 5.</b> Informacioni në lidhje me programin e studimit mundësohet përmes sistemit të menaxhimit të brendshëm të informacionit dhe duhet të jetë lehtësisht i arritshëm nga studentët edhe në distancë.	I gjithë informacioni në lidhje me procesin mësimor bëhet lehtësisht i aksesueshëm përmes website të UAMD, të Fakultetit, rrjeteve sociale të Fakultetit dhe Departamentit (që i jep studentëve mundësinë e informimit në distancë), sekretarisë, e-maileve të pedagogëve mentorues që Departamenti i Marketingut e ka tashmë traditë. Rregjistrimi i orarit në pitagora. Komunikimi me studentët mbështetet dhe në Strategjinë e komunikimit të UAMD-së (Evidenca 101) <sup>244</sup> .								
<b>Shkalla e përbushjes së standardit</b>	<table border="1"> <tr> <td><b>Nuk përbushet</b></td> <td><b>Përbushet pjesërisht</b></td> <td><b>Përbushet kryesisht</b></td> <td><b>Përbushet plotësisht</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;"><b>X</b></td> </tr> </table>	<b>Nuk përbushet</b>	<b>Përbushet pjesërisht</b>	<b>Përbushet kryesisht</b>	<b>Përbushet plotësisht</b>				<b>X</b>
<b>Nuk përbushet</b>	<b>Përbushet pjesërisht</b>	<b>Përbushet kryesisht</b>	<b>Përbushet plotësisht</b>						
			<b>X</b>						

<b>Standardi V.4</b>	
<b>Institucioni i arsimit të lartë mbledh, administron, përditëson dhe ruan të dhëna të hollësishtme në lidhje me numrin e profilit të studentëve që ndjekin programin e studimit, nga pranimi deri në diplomim, si dhe të dhëna të punësimit të tyre.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni i arsimit të lartë disponon dhe mban statistika vjetore për numrin e studentëve e të diplomuarve, në programin e studimit.	Departamenti i Marketingut përgatit çdo vit analizën mësimore në të cilën janë të pasqyruara statistikat vjetore në lidhje me numrin e të diplomuarve në programin e bachelorit Menaxhim Marketing. Kjo bëhet pjesë e RVB të Fakultetit të Biznesit të çdo viti akademik. Ky informacion ruhet në departamentin së bashku me shumë të dhëna të tjera në lidhje me studentët. Kjo duket qartë te Raporti i vlerësimit të Brendshëm të Fakultetit të Biznesit. (Evidenca 102) <sup>245</sup> , si edhe tek Analiza Vjetore e

<sup>237</sup>

[https://www.facebook.com/photo/?fbid=515404263937405&set=a.457078306436668&locale=sq\\_AL](https://www.facebook.com/photo/?fbid=515404263937405&set=a.457078306436668&locale=sq_AL)  
[https://www.facebook.com/photo/?fbid=522934259851072&set=pcb.522935256517639&locale=sq\\_AL](https://www.facebook.com/photo/?fbid=522934259851072&set=pcb.522935256517639&locale=sq_AL)  
[https://www.facebook.com/photo/?fbid=555144153296749&set=a.457078306436668&locale=sq\\_AL](https://www.facebook.com/photo/?fbid=555144153296749&set=a.457078306436668&locale=sq_AL)  
[https://www.facebook.com/photo/?fbid=561947239283107&set=a.457078306436668&locale=sq\\_AL](https://www.facebook.com/photo/?fbid=561947239283107&set=a.457078306436668&locale=sq_AL)

<sup>238</sup> Evidenca 80: Rregullore e Sektorit të komunikimit Alumni

<sup>239</sup> Evidenca 51: Shoqata Alumni UAMD dhe aktivitetet

<sup>240</sup> Evidenca 99: Udhëzues nga Qendra e Karrierës Alumni

<sup>241</sup> Evidenca 84: Java e panairit të punës

<sup>242</sup> <https://www.instagram.com/p/CjvaU6lNM6G/>, <https://www.instagram.com/p/CjglmtXNdSu/>

<sup>243</sup> Evidenca 100: Rregullore e sekretarisë mësimore

<sup>244</sup> Evidenca 101: Strategjia e komunikimit të UAMD-së

<sup>245</sup> Evidenca 102: RVB-ja e Fakultetit të Biznesit 2020-2021

Adresa: "Rruga e Durrësit"

Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë

Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

	Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut, Viti Akademik 2021-2022 (Evidenca 65) <sup>246</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Institucioni disponon statistika vjetore për numrin e studentëve të regjistruar në programin e studimit, deri në diplomimin e tyre, tërheqjet nga programi, si dhe largimet para përfundimit të programit apo mospërfundimin me sukses të vitit akademik në të cilin zhvillohet programi i studimeve.	Sa i përket të dhënave që lidhen me statistikat, mund të gjenerohen në çdo kohë pranë Zyrës së komunikimit, Alumnit dhe Karrierës e cila funksionon si zyrë statistikash duke qenë se përpunon të gjitha të dhënat statistikore duke përfshirë statistikat mbi numrin e studentëve aktualë, studentëve të diplomuar, stafit mësimor efektiv dhe joefektiv, ngarkesës mësimore efektive, studentët që përfitojnë bursë etj., si dhe raportin periodikisht në Ministrinë e Arsimit dhe Sporteve në lidhje me këto të dhëna. Një informacion i detajuar gjendet në raportin e analizës mësimore, material i cili përgatitet çdo vit. Kjo sipas raportit të vlerësimit të brendshëm Fakulteti i Biznesit, Viti akademik dhe tek Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut (Evidenca 65) <sup>247</sup> , (Evidenca 17) <sup>248</sup> .
<b>Kriteri 3.</b> Të dhënat statistikore të studentëve duhet të menaxhohen përmes sistemit të brendshëm të informacionit dhe duhet të jenë të sigurta dhe lehtësisht të verifikueshme nga personat e autorizuar.	I gjithë informacioni i ruajtur në mënyrat e paraqitura më lart, krijon mundësinë e paisjes me të dhëna në lidhje me numrin e studentëve të regjistruar aktualisht në këtë program, numrin e studentëve që kanë ndërprerë studimet përkoheisht apo nuk e kanë përfunduar programin e studimit për arsye të ndryshme. Departamenti është në gjendje në çdo kohë të analizojë të dhënat e studentëve nëpërmjet regjistrave fizikë që disponohen nga sekretaria mësimore, si edhe tv analizoje të dhënat e gjeneruara në databasen e të dhënave për studentët e regjistruar në këtë program (dokumenti database të regjistruar në Bsc Menaxhim Marketing me të gjitha të dhënat e detajuara). Kjo është shumë evidente tek Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut, Viti Akademik 2021-2022 (Evidenca 100) <sup>249</sup> .
<b>Kriteri 4.</b> Institucioni mbështet me akte, kontrollin periodik të përvitshëm pranë gjithë njëjësive përgjegjëse për menaxhimin (sekretaritë mësimore, sistemin e menaxhimit të brendshëm të informacionit, etj.), vlerëson dhe dokumenton gjendjen dhe saktësinë e informacionit dhe të dokumentacionit që lidhet me studentët, dhe me veprimtarinë e tyre përkatëse.	Ruajtja dhe përpunimi i të dhënave personale të studentëve kryhen, bazuar në parimin e konfidencialitetit dhe në përputhje të plotë me kërkesat e legjislacionit në fuqi për mbrojtjen e të dhënave personale dhe rregulloren e brendshme të universitetit dhe rregulloren e Fakultetit të Biznesit. I gjithë informacioni që lidhet me studentët ruhet në databazen e sistemit të brendshëm të informacionit në formë fizike dhe elektronike. Ky informacion është konfidencial dhe mund të aksesohet vetëm përmes një kërkesë me shkrim nga studenti, për të dhënat e tij për sa kohë studenti është i regjistruar.
<b>Kriteri 5.</b> Njësi bazë duhet të hartojë raporte analitike, periodike mbi profilin dhe cilësinë në hyrje dhe dalje të studentëve, si dhe shkallën e cilësisë së punësimit të tyre, duke e shoqëruar me masat e duhura në drejtim të përmirësimit të këtyre treguesve.	Universiteti “Aleksandër Moisiu” harton raporte të përvitshme në lidhje me ecurinë e procesit mësimor. Njësitë kryesore dhe njësitë bazë hartojnë raportet e tyre të cilat bëhen pjesë e raportit vjetor të UAMD. Departamenti i Marketingut ndër të tjera ka si objekt hartimin e raportit vjetor të analizës së veprimtarive të këtij Departamenti (veprimtaritë mësimore, kërkimore shkencore, apo veprimtari të tjera në funksion të mbarëvajtjes së të gjitha veprimtarive të Departamentit). Një vend të veçantë në këtë Raport zë edhe analiza e gjendjes aktuale të programit duke i kushtuar vëmendje problematikave të ndryshme që lidhen me këtë program apo përmirësimeve të mundshme në funksion të mbarëvajtjes së tij. Ky raport përgatitet nga grupi i miratuar i punës i kryesuar nga Përgjegjësi i Departamentit dhe bëhet pjesë e diskutimit në mbledhje të posaçme të Departamentit (e protokolluar). Raporti kalon në Dekanatën e Fakultetit të Biznesit dhe bëhet pjesë e materialit të plotë të RVB të Fakultetit. Raporti i Fakultetit të Biznesit punohet me grup të veçantë pune dhe bëhet prezent te anëtarët e Dekanatit. Universiteti “Aleksandër Moisiu” harton raporte të përvitshme në lidhje me ecurinë e procesit mësimor. Njësitë kryesore dhe njësitë bazë

<sup>246</sup> Evidenca 65: Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut, Viti Akademik 2021-2022

<sup>247</sup> Evidenca 65: Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut, Viti Akademik 2021-2022

<sup>248</sup> Evidenca 17: Raport Vjetor UAMD 2020-2021

<sup>249</sup> Evidenca 100: Rregullore e sekretarisë mësimore



	hartojnë raportet e tyre të cilat bëhen pjesë e raportit vjetor të UAMD. Departamenti i Marketingut ndër të tjera ka si objekt hartimin e raportit vjetor të analizës së veprimtarive të këtij Departamenti, (veprimtaritë mësimore, kërkimore shkencore, apo veprimtari të tjera në funksion të mbarëvajtjes së të gjitha veprimtarive të Departamentit). Një vend të veçantë në këtë Raport zë edhe analiza e gjendjes aktuale të programit duke i kushtuar vëmendje problematikave të ndryshme që lidhen me këtë program apo përmirësimeve të mundshme në funksion të mbarëvajtjes së tij. Ky raport përgatitet nga grupi i miratuar i punës i kryesuar nga Përgjegjësi i Departamentit dhe bëhet pjesë e diskutimit në mbledhje të posaçme të Departamentit (e protokolluar). Raporti kalon në Dekanatin e Fakultetit të Biznesit dhe bëhet pjesë e materialit të plotë të RVB të Fakultetit. Raporti i Fakultetit të Biznesit punohet me grup të veçantë pune dhe bëhet prezent te anëtarët e Dekanatis. Këto detaje mund të shihen më konkretisht te Raport Vlerësimi i Brendshëm Fakulteti i Biznesit, Viti akademik 2020-2021, Grafiku 3 (Evidenca 102) <sup>250</sup> dhe tek Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteve të Departamentit të Marketingut, Viti Akademik 2020-2021 (Evidenca 65) <sup>251</sup> .			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi V.5	
Institucioni i arsimit të lartë përfshin dhe angazhon studentët në organet vendimmarrëse e këshilluese, në kuadër të hartimit, miratimit, rishikimit e përmirësimit të programeve të studimit, metodave të mësimdhënies dhe cilësisë së burimeve e shërbimeve ndaj tyre.	
Kriteret	Vlerësimi
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni parashikon përfshirjen dhe angazhimin e studentëve dhe/ose përfaqësuesve të tyre në organet vendimmarrëse e këshilluese sipas akteve ligjore dhe atyre rregullatore të vetë institucionit.	Referuar ligjit për arsimin e lartë dhe në zbatim të plotë të tij, Statutit të UAMD, Rregullores së UAMD, miratuar me Vendim nr 154 datë 26.11.2018 të Senatit Akademik, Rregullores së Fakultetit të Biznesit parashikohet në fillim të procesit të organizimit të zgjedhjeve në universitet përfshirja e studentëve në mënyre thelbësore në organet vendimmarrëse dhe këshilluese të institucionit. Përfaqësimi i studentëve bëhet edhe në Komisionin e etikës, Statuti i UAMD neni 22. Gjithashtu studentët kane perfaqesuesin e tyre ne senatin akademik, si organi me i larte shkencor në Universitet (Rregullorja e UAMD-së, Neni 12). Statuti i UAMD, Rregullorja e UAMD, miratuar me Vendim nr 154 datë 26.11.2018 të Senatit Akademik, Rregullorja e Fakultetit të Biznesit parashikon organizimin e studentëve në këshilla studentore për të bërë të ndjeshëm opinionin e tyre. (Evidenca 2) <sup>252</sup> , (Evidenca 37) <sup>253</sup> , dhe (Evidenca 15) <sup>254</sup> . Studentet kane perfshirje edhe tek NJSBC ne nivel rektorati dhe tek komisioni i perhershem i garantimit te standarteve te cilesise ne nivel institucional.
<b>Kriteri 2.</b> Institucioni duhet të garantojë se përfshirja e studentëve dhe/ose përfaqësuesve të tyre në vendimmarrje, këshillim apo vlerësimin mbi procesin akademik, të jetë reale, konkrete, frutdhënëse dhe me rezultate lehtësisht të verifikueshme e të matshme.	Procedurat për përzgjedhjen e Studentëve në Organet vendimmarrëse janë shumë transparente dhe sigurojnë barazi në pjesëmarrjen në këto procese. Duke filluar që nga propozimet e emrave të kandidatëve përfaqësues të studentëve në Organet vendimmarrëse deri te përzgjedhja e tyre, përmes votimit dhe publikimit të rezultateve, procesi është shumë transparent. Studentëve kandidatë për t'u zgjedhur në organet përfaqësuese ju kërkohen të dhëna që lidhen me adresat e tyre elektronike (email), nr telefoni dhe njoftohen përmes tyre. Nga ana tjetër zbatimi i Pyetësorit të studentit i cili vlerëson performancën e stafit akademik të angazhuar në mësimdhënie, duke vlerësuar karakteristikat që lidhen me aftësitë komunikuese dhe profesionale të pedagogut, etikën, metodat inovative të përdorura, korrektesën, vlerësimet e dijeve të studentit etj. Ky pyetësor zhvillohet në fund të çdo semestri, zakonisht javën e 13 dhe të 14- të. Vlerësimi i cilësisë së mësimdhënies kryhet për të gjithë pedagogët me kohë

<sup>250</sup> Evidenca 102: RVB-ja e Fakultetit të Biznesit

<sup>251</sup> Evidenca 65: Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteve të Departamentit të Marketingut, Viti Akademik 2021-2022

<sup>252</sup> Evidenca 2: Statuti i UAMD-së, Neni 22

<sup>253</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së, Neni 12

<sup>254</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

	<p>të plotë dhe kohë të pjesshme. Rezultatet e vlerësimit bëhen transparentë dhe i vihen në dispozicion individualisht, të gjithë anëtarëve të stafit akademik të vlerësuar, përgjegjësive të departamentit, si dhe dekanit nga DKSC në Rektorat. Pyetësi propozohet nga KPGSC dhe miratohet nga Senati Akademik. Rezultatet e nxjerra nga ky pyetësor, reflektohen në RVB –në e Fakultetit të Biznesit, duke marrë masat e duhura, referuar këtyre rezultateve. (Evidenca 2)<sup>255</sup>, (Evidenca 15)<sup>256</sup>, (Evidenca 96)<sup>257</sup>, (Evidenca 103)<sup>258</sup>, (Evidenca 109)<sup>259</sup>, (Evidenca 50)<sup>260</sup>, (Evidenca 104)<sup>261</sup>, (Evidenca 105)<sup>262</sup></p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Njësia përgjegjëse garanton përfshirjen e studentëve në procesin e hartimit, rishikimit dhe përmirësimit të programit të studimit mbi baza të rregullta dhe reflekton sugjerimet e kontributin e tyre në to, në mbledhje të përbashkëta në departament, me pyetësorë, grupe fokusimi, etj.</p>	<p>Referuar Statutit të UAMD, Rregullores së UAMD "Të drejtat dhe detyrimet e studentëve Rregullores së Fakultetit të Biznesit, parashikohen të drejtat e studentëve që u krijojnë atyre mundësi të jenë të perfaqësuar dhe të mbrojtur sa i përket interesave të tij të shprehin lirisht, referuar këtyre të drejtave të përcaktuara, mendimet e tyre. Statuti i UAMD, neni 89, Rregullorja e UAMD neni 115, Rregullorja e Fakultetit të Biznesit neni 79 "Të drejtat dhe detyrimet e studentit". Zbatimi i Pyetësorit të studentit i cili vlerëson performancën e stafit akademik të angazhuar në mësimdhënie, duke vlerësuar karakteristika që lidhen me aftësitë komunikuese dhe profesionale të pedagogut, etikën, metodat inovative të përdorura, korrektesën, vlerësimet e dijeve të studentit etj. Ky pyetësor zhvillohet në fund të çdo semestri, zakonisht javën e 13 dhe të 14- të. Vlerësimi i cilësisë së mësimdhënies kryhet për të gjithë pedagogët me kohë të plotë dhe kohë të pjesshme. Rezultatet e vlerësimit bëhen transparentë dhe i vihen në dispozicion individualisht, të gjithë anëtarëve të stafit akademik të vlerësuar, përgjegjësive të departamentit, si dhe dekanit nga DKSC në Rektorat. Pyetësi propozohet nga KPGSC dhe miratohet nga Senati Akademik. Rezultatet e nxjerra nga ky pyetësor, reflektohen në an RVB –në e Fakultetit të Biznesit, duke marrë masat e duhura, referuar këtyre rezultateve. (Evidenca 2)<sup>263</sup>, (Evidenca 37)<sup>264</sup>, (Evidenca 15)<sup>265</sup>, (Evidenca 106)<sup>266</sup>, (Evidenca 104)<sup>267</sup>, (Evidenca 107)<sup>268</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Studentëve u mundësohet dhënia e mendimit mbi barazinë dhe ndershmërinë e kryerjes së procesit të vlerësimit dhe kontrollit të dijeve, përfshirë mundësinë e ankimimit të rezultatit, rishikimit dhe reflektimit nga ana e institucionit/ njësisë/pedagogut përgjegjës.</p>	<p>Rregullorja e Fakultetit të Biznesit, neni 54 "Kontrolli i dijeve" përshkruan si më poshtë:          Forma e vetme e kontrollit të dijes në Fakultetin e Biznesit është provimi me shkrim. Për çdo kurs 10% e vlerësimit bazohet në detyrat e kursit, projektet individuale apo në grupe, dhe esetë, sipas programit të lëndës se miratuar. Në format e kontrollit përdoret sistemi i vlerësimit me pikë, rezultati i të cilit kthehet në notë sipas formulës së përcaktuar me vendim të Senatit Akademik. Kur studentit mungon në provimin e ndërmjetëm ai vlerësohet me (M), por ruan të drejtën të vazhdojë të frekuentojë kursin deri në përfundim të tij. Shkalla e përvetësimit të programit mësimor vlerësohet me sistem pikëzimi prej 1000 pikësh, i cili konvertohet me notë në proces-verbalin përfundimtar. Nota kaluese më e ulët është nota pesë e cila korespondon me 51% të pikëve të fituara. Vlerësimi përfundimtar i çdo kursi kryhet duke u bazuar në shumën e pikëve të grumbulluara gjatë zhvillimit të kursit (maksimalisht 1000 pikë) si më poshtë: a) Provimi i parë i ndërmjetëm, i cili zhvillohet në javën e shtatë dhe/ose të tetë të semestrit, përmban 400 pikë ose 40% të vlerësimit përfundimtar; b) Provimi përfundimtar, i cili zhvillohet në javën e pesëmbëdhjetë dhe/ose të gjashtëmbëdhjetë të semestrit, përmban 500 pikë ose 50% të vlerësimit përfundimtar; c) Detyrat, projektet, esetë, të cilat zhvillohen gjatë gjithë</p>

<sup>255</sup> Evidenca 2: Statuti i UAMD-së

<sup>256</sup> Evidenca 15: Rregullore e UAMD-së)

<sup>257</sup> Evidenca 96: Tabela e vlerësimit të stafit akademik nga rektorati

<sup>258</sup> Evidenca 103: Memo – Përgjigje e rektoratit në lidhje me vlerësimin e stafit akademik të departamentit marketing

<sup>259</sup> Evidenca 109: Model pyetësori për vlerësimin e stafit akademik

<sup>260</sup> Evidenca 50: Pyetësor online për të studentët për vlerësimin e stafit akademik dhe administrativ enca Rezultatet e anketimit të studentëve për vlerësimin e stafit akademik dhe administrativ

<sup>261</sup> Evidenca 104: Pyetësor online për të studentët për vlerësimin e stafit akademik dhe administrativ

<sup>262</sup> Evidenca 105: Raport vlerësimi nga studentët shembull

<sup>263</sup> Evidenca 2: Statuti i UAMD-së, Neni 89

<sup>264</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së, Neni 115

<sup>265</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit, Neni 79

<sup>266</sup> Evidenca 106: Pyetësor për studentët e Msc "Menaxhim Marketing"

<sup>267</sup> Evidenca 104: Pyetësor online për studentët nga Njësia Kryesore për vlerësimin e stafit akademik dhe administrativ

<sup>268</sup> Evidenca 107: Relacion i NjSBC mbi "Pyetësorin e studentëve për realizimin e mësimin online

Adresa: "Ruga e Durrësit"

Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë

Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

	<p>semestrin, aktivizimi gjatë orëve të mësimit, përmbajnë 100 pikë ose 10% e vlerësimit përfundimtar.</p> <p>Rregullorja e Fakultetit të Biznesit, neni 53 “Regjistri i Seksionit” përshkruan: Regjistri i seksionit është i vetmi dokument zyrtar bazë që evidenton zhvillimin e mësimit dhe mungesat e studentit. 2. Regjistri i seksionit duhet të pasqyrojë elementët e mëposhtëm: a) Emërtimin e lëndës; b) Emrin dhe mbiemrin e lektorit; c) Numrin e seksionit; ç) Ditën, orën dhe auditorin e zhvillimit të mësimit; d) Listën emërore të studentëve të regjistruar në atë seksion; dh) Hapsirën e nevojshme për të pasqyruar datat e zhvillimit të mësimit, mungesat e studentëve dhe temat e trajtuara për kohëzgjatjen e parashikuar të seksionit. 3. Hartimi i regjistrimit me elementët e mësipërm është përgjegjësi e sekretarisë mësimore. 4. Plotësimi i saktë i regjistrimit të seksionit është përgjegjësi e personelit akademik të seksionit. 5. Mospjesëmarrja e studentëve në elementët e mësimit me frekuentim të detyrueshëm vlerësohet me mungesë në regjistrin e lëndës. 6. Në regjistrin e lëndës, çdo personel akademik, është i detyruar të shënojë titujt e temave të zhvilluara, seminarët, ushtrimet, laboratorët, seancat e praktikës profesionale të zhvilluar në auditor, si dhe të pasqyrojë saktë mungesat e studentëve. 7. Pas përfundimit të orës mësimore regjistri dorëzohet pranë Sekretarisë Mësimore i firmosur nga personeli akademik dhe kundërfirmoset nga sekretaria mësimore e Fakultetit që ofron programin e studimit e cila evidenton plotësimin e saktë të datave kur është zhvilluar mësimi. Në rast se plotësimi i datave nga ana e personelit akademik nuk pasqyron saktë zhvillimin e mësimit atëherë sekretaria mësimore nuk bën kundërfirmosjen dhe informon Zv. Dekanin mësimor përkatës për këtë mospërputhje. Në Rregulloren e Fakultetit të Biznesit, neni 55: “Zhvillimi i provimeve”, përcaktohen saktë procedurat për zhvillimin e provimit në nenin 56, Rregullat e provimit, përcaktohen rregullat që duhen zbatuar gjatë zhvillimit të provimit që nga paraqitja në provim me dokument identifikimi deri te penalitetet që parashikohen kur shkelen rregullat e zhvillimit të provimit. Në nenin 57 të Rregullores së larpërmendur, parashikohen procedurat e ankimimit të provimeve (Evidenca 37)<sup>269</sup>, (Evidenca 15)<sup>270</sup>.</p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p><b>Nuk përmbushet</b></p>	<p><b>Përmbushet pjesërisht</b></p>	<p><b>Përmbushet kryesisht</b></p>	<p><b>Përmbushet plotësisht</b></p>
				<p><b>X</b></p>

<p><b>Standardi V.6</b>  <b>Institucioni i arsimit të lartë ka procedura e njësi të posaçme për pritjen, orientimin, këshillimin e studentëve, menaxhimin e ankimimeve e problematikave, të cilat ushtrojnë veprimtarinë në mënyrë të përhershme e janë lehtësisht të arritshme nga studentët.</b></p>	
<p><b>Kriteret</b></p>	<p><b>Vlerësimi</b></p>
<p><b>Kriteri 1.</b> Institucioni ka procedura e njësi të posaçme në shërbim të informimit e shërbimit të studentëve, në përputhje me parashikimet ligjore dhe aktet rregullatore të institucionit.</p>	<p>Pranë FB, Universiteti “Aleksandër Moisiu” është ngritur një sistem i organizuar informacioni për të transmetuar te studentët të gjithë informacionin e nevojshëm në lidhje me programet e studimit, procesin mësimor, rregulloren e brendshme të institucionit, rregulloren e studimeve, procedurat në lidhje me aktivitete të ndryshme të procesit mësimor, kurrikulat etj. Vendimet e rëndësishme të marra nga Senati Akademik, Bordi i Administrimit, Rektorati, këshillat e fakulteteve dhe dekanati në lidhje me aktivitete të ndryshme të procesit mësimor, të studentëve, rezultatet e analizave të bëra, etj., u bëhen me dije studentëve në forma të ndryshme si takime të drejtpërdrejta me studentët, shpalljeve në mjediset e caktuara të universitetit, njoftimeve në çështje apo rrjete sociale të cilat janë mjaft aktive. Në website studentët mund të shkarkojnë çfarëdo lloj dokumenti që ju shërben edhe për tarifën e studimeve. Nga ana tjetër prezantohet dhe i shpjegohet studentëve me detaje syllabusi që në orën e parë që lektori përkatës futet në leksion me studentët. Ky është një detyrim që secili prej lekt orëve e realizon dhe është lehtësisht e kontrollueshme përmes pyetësorit të realizuar me studentët (dy herë në vit) një prej pyetjeve që ky pyetësor përmban është edhe ajo e cila i referohet marrjes së informacionit nga ana e studentëve nëse syllabusi</p>

<sup>269</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD-së, Nenin 68, 69 & 70

<sup>270</sup> Evidenca 15: Rregullore e Fakultetit të Biznesit, Nenin 53, 54 & 55

	<p>i lëndës është bërë prezent nga lektori përkatës. Njëkohësisht Zyra e Karrierës ka si funksion parësor të saj ofrimin e mundësive për vende pune, trajnime dhe internship-e për studentët aktualë dhe ata që janë diplomuar pranë Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës. Kjo arrihet, nëpërmjet vendosjes së kontakteve me firma apo kompani të ndryshme private të cilat operojnë në tregun e punës. Kjo Zyrë ka mundësuar disa bashkëpunime efektive me Kompani të ndryshme, veçanërisht me kompani telefonike, kompani që veprojnë në fushën e teknologjisë së informacionit, të statistikës dhe kontabilitetit etj. Duke arritur rezultate të kënaqshme në përfshirjen e studentëve, nëpër këto Kompani.<sup>271</sup></p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Institucioni ka ngritur dhe ka bërë funksional një sistem të posaçëm për informimin, këshillimin, ndjekjen e përparimit të studentëve dhe asistimin e tyre për çështje që kanë të bëjnë me procesin mësimor dhe programin e studimit.</p>	<p>Institucioni ka vënë në dispozicion, disa instrumente për informimin dhe ndjekjen e përparimit të studentëve. Vënia në dispozicion i emaileve të pedagogëve mentorues përmes të cilëve studentët krijojnë një komunikim të vazhdueshëm për procesin mësimor, pasi përmes komunikimit me profesorët mund të informohen për materiale me karakter didaktik dhe kërkimor, Cikle leksionesh, konspekte, artikuj, studime. Gjithashtu Departamenti, krahas orarit të mësimit afishon rregullisht oraret e konsultimeve të pedagogëve për çdo problematikë të studentëve, apo për informim lidhur me rezultatet e provimeve, për ato raste kur studenti nuk ka qenë prezent në seancën e ballafaqimit të rezultateve për arsye të ndryshme. Sekretaria e bachelorit ndër të tjera shërben edhe për të asistuar studentët për problematikave që ata ndeshin në përditshmërinë e tyre dhe që krijojnë mundësi për ti zgjidhur ato. Zyra e këshillimit të karrierës përveç ndjekjes së problematikave që studentët mund të kenë gjatë vitit akademik në lidhje kontaktet me zyrën qendrore të karrierës apo biznesit, funksionon si zyrë statistikash duke qenë se përpunon të gjitha të dhënat statistikore duke përfshirë statistikën mbi numrin e studentëve aktualë, studentëve të diplomuar, stafit mësimor efektiv dhe joefektiv, ngarkesës mësimore efektive, studentët që përfitojnë bursë etj., si dhe raporton periodikisht në Ministrinë e Arsimit dhe Sporteve në lidhje me këto të dhëna (Evidenca 123)<sup>272</sup>, (Evidenca 137)<sup>273</sup></p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Institucioni u ofron studentëve shërbimin e këshillimit të karrierës. Zyra/njësia për këshillimin e karrierës mirëpret studentët në mënyrë të vazhduar dhe periodike, duke ofruar informacion dhe orientim të posaçëm, në lidhje me kompletimin e procesit mësimor, zgjedhjen dhe orientimin për praktikën profesionale në institucione të tjera dhe orientimin në tregun e punës.</p>	<p>Universiteti "Aleksandër Moisiu" ka në strukturën e tij Zyrë e Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës, e cila ka si funksion parësor të saj ofrimin e mundësive për vende pune, trajnime dhe internship-e për studentët aktualë dhe ata që janë diplomuar pranë Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës. Kjo arrihet, nëpërmjet vendosjes së kontakteve me firma apo kompani të ndryshme private të cilat operojnë në tregun e punës. Kjo Zyrë ka mundësuar disa bashkëpunime efektive me Kompani të ndryshme, veçanërisht me kompani telefonike, kompani që veprojnë në fushën e teknologjisë së informacionit, të statistikës dhe kontabilitetit etj.<sup>274</sup></p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Zyra/njësia e karrierës ndjek studentët pas diplomimit, mbledh, përpunon e mban të dhëna mbi shkallën dhe cilësinë e punësimit të studentëve të programit të studimit dhe ua vë ato në dispozicion studentëve dhe organeve e autoriteteve drejtuese përkatëse.</p>	<p>Zyra e Karrierës si funksion të saj parësor ofrimin e mundësive për vende pune, trajnime dhe internship-e për studentët aktualë dhe ata që janë diplomuar pranë Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës. Kjo arrihet, nëpërmjet vendosjes së kontakteve me firma apo kompani të ndryshme private të cilat operojnë në tregun e punës. Kjo Zyrë ka mundësuar disa bashkëpunime efektive me Kompani të ndryshme, veçanërisht me kompani telefonike, kompani që veprojnë në fushën e teknologjisë së informacionit, të statistikës dhe kontabilitetit etj., duke arritur rezultate të kënaqshme në përfshirjen e studentëve në tregun e punës, Zyra e Karrierës zhvillon aktivitete për studentët të cilat kanë si qëllim njohjen dhe përafrimin e tyre me tregun e punës, përgatitjen e tyre për t'u bërë pjesë e këtij tregu që në fazën e ndjekjes së studimeve, duke i njohur ata me mënyrat e pëpilimit të CV-ve për të aplikuar për punë (Curriculum Vitae), letrave të interesit (Cover Letter), përgatitjen për të zhvilluar</p>

<sup>271</sup> [www.uamd.edu.al](http://www.uamd.edu.al) ALUMNI

<sup>272</sup> Evidenca 123: Orientimi i studenteve, UNIVERSITETI "ALEKSANDER MOISIU"

<sup>273</sup> Evidenca 137: Foto e afishimit të enrít të lektorit, orës dhe ditës së konsultimit model

<sup>274</sup> <https://www.uamd.edu.al/index.php/sq/karriera/>

	intervista sa më të mira pune, si dhe ofrimin e një pakete të plotë këshillimi për karrierën. Këto aktivitete janë mundësuar nga kjo Degë në takimet/prezantimet me studentë apo aktivitetet e zhvilluara nga kompanitë që ofrojnë këshillimin e karrierës. Gjithashtu, kjo Zyrë funksionon si zyrë statistikash duke qenë se përpunon të gjitha të dhënat statistikore duke përfshirë statistikën mbi numrin e studentëve aktualë, studentëve të diplomuar, stafit mësimor efektiv dhe joefektiv, ngarkesës mësimore efektive, studentët që përfitojnë bursë etj., si dhe raporton periodikisht në Ministrinë e Arsimit dhe Sporteve në lidhje me këto të dhëna. Krahas funksioneve të mësipërme, Zyra e Karrierës orienton dhe informon personat e interesuar për të vazhduar studimet në Universitetin “Aleksandër Moisiu” Durrës mbi ciklet, programet e studimit që ofron ky Universitet dhe degët për çdo Fakultet. <sup>275</sup> (Evidenca 40) <sup>276</sup> .			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës V</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

## VI. SIGURIMI I CILËSISË SË PROGRAMIT TË STUDIMIT BACHELOR

<b>Standardi VI.1</b>	
<b>Institucioni i arsimit të lartë ndjek një politikë të qartë për garantimin dhe promovimin e cilësisë së mësimdhënies dhe harton udhëzues të posaçëm të zhvillimit të metodave dhe monitorimit.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni harton udhëzues në nivel institucional për zhvillimin dhe përdorimin e metodave të ndryshme dhe inovative të mësimdhënies në bazë të fushës së studimeve, lëndëve/moduleve.	UAMD inkurajon zhvillimin e metodave inovative të mësimdhënies përmes ndërthurjes së metodave teorike me ato praktike, vizitave studimore të studentëve në biznese të lidhura me fushën e studimit, ndërveprimit me të ftuar ekspertë nga tregu i punës në leksione të hapura etj. Një objektiv i rëndësishëm strategjik i institucionit është edhe favorizimi i metodologjive të reja dhe mësimdhënia inovative, që e pozicionojnë studentin në qendër të procesit duke inkurajuar të menduarin kritik, përgatitjen për tregun e punës dhe promovimin e dialogut student-pedagog. Në vitet 2020-2025, UAMD do të ketë një model të përmirësuar të garantimit të cilësisë së mësimdhënies. Modeli aktual do të plotësohet dhe kombinohet me metodologji më të kompletuara si: peer to peer, focus group, sondazhe të shpeshta, etj. (Evidenca 1) <sup>277</sup> , (Evidenca 65) <sup>278</sup> Universiteti “Aleksandër Moisiu” Durrës i kushton rëndësi të madhe metodave dhe përmirësimit të cilësisë së mësimdhënies, të parashikuara edhe në Rregulloren për Funkcionimin dhe Organizimin e Sistemit të Brendshëm të Sigurimit të Cilësisë, nenet 1 dhe 5 ku jepen edhe standardet kryesore për sigurimin e brendshëm të cilësisë në UAMD (Evidenca 108) <sup>279</sup> .

<sup>275</sup> <https://www.uamd.edu.al/index.php/sq/karriera/>

<sup>276</sup> Evidenca 40: Studente të punësuar

<sup>277</sup> Evidenca 1: Plani i zhvillimit strategjik të UAMD 2020 – 2025

<sup>278</sup> Evidenca 65: Analiza vjetore e departamentit 2021 – 2022, fq 22 – 24

<sup>279</sup> Evidenca 108: Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD

<p><b>Kriteri 2.</b> Strukturat përgjegjëse zhvillojnë mekanizma të monitorimit dhe vlerësojnë në mënyrë periodike aftësitë mësimdhënëse dhe inovative të personelit akademik dhe ndihmësakademik.</p>	<p>Aftësitë mësimdhënëse dhe inovative të personelit akademik monitorohen në mënyrë periodike nga UAMD. Monitorimi dhe vlerësimi i tyre maten me anë të këtyre instrumentave:  <b>Analizimi i kalendarit të aktiviteteve.</b> Në një mbledhje departamenti analizohet se sa janë realizuar aktivitetet e parashikuara në kalendarin e vitit akademik të kaluar.  <b>Pyetësi i vlerësimit të pedagogëve nga studentët.</b> Në mes të çdo semestri realizohet anketimi i studentëve. Kjo kryhet nga stafi i drejtorisë përgjegjëse për sigurimin e cilësisë në UAMD e cila anketon studentët ballë për ballë në lidhje me lektorin që është duke zhvilluar lëndën duke ruajtur anonimatën. Për përpunimin e rezultateve institucioni asistohet nga projekti Clean Score i organizatës AADF që po zbatohet në UAMD. Rezultatet e vlerësimit i dërgohen me email lektorit dhe shefit të departamentit për analiza të mëtejshme dhe marrjen e masave përkateëse, sipas rastit. (Evidenca 109)<sup>280</sup>  Për shkak të mësimin në distancë gjatë periudhës së pandemisë ky pyetësor nuk u arrit të realizohej.  <b>Formular i vetvlerësimit të performancës.</b> Në këtë formular stafi akademik dokumenton ngarkesën mësimore, performancën individuale në kërkimin shkencor dhe botimet (Evidenca 110)<sup>281</sup>.  <b>Pyetësor online për studentët nga Njësia Kryesore.</b> Njësia Kryesore e Fakultetit të Biznesit ka shpërndarë një pyetësor online për studentët e këtij fakulteti. Në këtë pyetësor ajo ka kërkuar informacion prej tyre në lidhje me stafin akademik dhe stafin administrativ (Evidenca 104)<sup>282</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Institucioni garanton përfshirjen e studentëve në vlerësimin periodik të formave e metodave të mësimdhënies, të vlerësimit të dijeve, përfshirë mundësinë e trajtimit të ankimeve.</p>	<p>Njësia e Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë përfshin studentët në vlerësimin periodik të metodave të mësimdhënies dhe vlerësimit të dijeve nëpërmjet pyetësorit të vlerësimit të pedagogëve të përmendur më lart. Ky pyetësor i miratuar nga Komisioni i Përhershëm për Garantimin e Standarteve dhe Cilësisë dhe Senati Akademik dhe përcaktuar në Rregulloren e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë, neni 6, shërben si një instrument për mbledhjen e informacionit nga ana e studentëve me qëllim tërheqjen e opinionëve të tyre lidhur me procesin mësimor apo edhe ndonjë dukuri tjetër e lidhur direkt dhe/ose indirekt me të. Fakulteti i Biznesit e ka të përcaktuar në Rregulloren e Provimeve mënyrën e administrimit dhe transparencës në vlerësimin e dijeve ku studentët përfshihen në trajtimin e ankimeve në mënyrë të drejtpërdrejtë dhe/ose të tërthortë (Evidenca 38)<sup>283</sup>, (Evidenca 37)<sup>284</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 4.</b> Strukturat përgjegjëse për monitorimin dhe sigurimin e cilësisë në mësimdhënie bëjnë publike rezultatet e vlerësimit.</p>	<p>Rezultatet e marra nga pyetësi i studentit për të ruajtur konfidencialitetin e të dhënave sipas ligjit Nr. 9887 datë 10.03.2008 “Për Mbrojtjen e të Dhënave Personale”, i dërgohen në formë elektronike nga Drejtoria e Kurrikulës dhe Standarteve të Cilësisë përgjegjësit të departamentit në tabelë përmbledhëse vetëm për lektorët e departamentit të tij, dekanatit në tabelë përmbledhëse vetëm për lektorët e Njësia Kryesore të tij, si edhe për transparencë i dërgohen edhe çdo lektori personalisht. (Evidenca 105)<sup>285</sup>. Në qoftë se një lektor nuk del pozitivisht, sipas dokumentit, atëherë kërkohet që këta lektorë të thirren në takim nga përgjegjësi i departamentit për të kryer një analizë të arsyeve të vlerësimit të lartpërmendur. Gjithashtu, duhet që ata të marrin masat e nevojshme përmes veprimeve konkrete për përmirësimin e rezultatit në vlerësimet e mëvonshme (Evidenca 57)<sup>286</sup>.</p>

<sup>280</sup> Evidenca 109: Model pyetësori për vlerësimin e stafit akademik

<sup>281</sup> Evidenca 110: Formular i vetvlerësimit të performancës model

<sup>282</sup> Evidenca 104: Pyetësor online për studentët nga Njësia Kryesore për vlerësimin e stafit administrativ dhe akademik

<sup>283</sup> Evidenca 38: Rregullore provimesh FB, paragrafi C, pika 8 dhe 10

<sup>284</sup> Evidenca 37: Rregullore e UAMD, neni 71

<sup>285</sup> Evidenca 105: Raport vlerësimi për stafin akademik nga studentët shembull

<sup>286</sup> Evidenca 57: Tabela e vlerësimit të stafit akademik nga rektorati

<b>Kriteri 5.</b> Institucioni, nëpërmjet mekanizmave të vlerësimit dhe rezultateve të marra, promovon shembuj të praktikave të mira, nxit personelin akademik për përmirësimin e mëtejshëm të mësimdhënies.	Institucioni nxit rritjen e cilësisë së stafit akademik nëpërmjet shkëmbimeve të stafit akademik për mësimdhënie në universitetet europiane në kuadër të Erasmus + Staff Mobility (Evidenca 20) <sup>287</sup> . Nga ana tjetër, Departamenti i Marketingut si Njësi Bazë promovon shembuj të praktikave të mira duke organizuar orë leksionesh të hapura me studentët e ciklit të parë dhe duke ftuar të gjithë anëtarët e departamentit. Këto orë të hapura realizohen me specialistë të njohur dhe të suksesshëm ndërkombëtarë dhe kombëtarë (Evidenca 65) <sup>288</sup> .			
<b>Shkalla e përbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përbushet</b>	<b>Përbushet pjesërisht</b>	<b>Përbushet kryesisht</b>	<b>Përbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Standardi VI.2</b>	
<b>Institucioni i arsimit të lartë harton dhe zbaton politika e procedura transparente të posaçme për sigurimin e cilësisë së programit të studimit, në kuadër të strukturave e sistemit të brendshëm të sigurimit të cilësisë.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni i arsimit të lartë ka politika, struktura dhe procedura për Sigurimin e Brendshëm të Cilësisë (SBC), në përputhje me parashikimet ligjore e nënligjore në fuqi dhe me aktet rregullatore institucionale.	Në zbatim të nenit 103 të Ligjit Për Arsimin e Lartë dhe Kërkimin shkencorë në Republikën e Shqipërisë” Senati Akademik i UAMD ka miratuar Rregulloren e Sistemit të Brendshëm të Sigurimit të Cilësisë. Deri në Prill të vitit 2021, në UAMD, Drejtoria e Kurrikulave & Standarteve të Cilësisë funksiononte edhe si Njësi e Sigurimit Brendshëm të Cilësisë.” Më pas me Urdhër të Rektorit u ngrit Njësia e re e Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë me anëtarë të stafit akademik nga çdo fakultet i UAMD, drejtuesi i drejtorisë përgjegjëse për sigurimin e cilësisë, si dhe një student. Risia e përbërjes së njësisë ishte përfaqësimi me anëtarë nga stafi akademik me kohë të plotë, si përfaqësues dhe njohës të drejtëpërdrejtë të mjedisit akademik. (Evidenca 111) <sup>289</sup> . Misioni kryesor i NjBSC është planifikimi i përmirësimit të vazhdueshëm të Universitetit “Aleksandër Moisiu” Durrës (UAMD) dhe realizimi i proceseve që e garantojnë këtë përmirësim. Procesi i përmirësimit të vazhdueshëm mundësohet nga angazhimi i të gjitha palëve të përfshira në SSB. Ligji për Arsimin e Lartë përcakton krijimin e një Njësie për Sigurimin e Brendshëm të Cilësisë (NjBSC) për të përmirësuar në mënyrë të vazhdueshme cilësinë e kërkesave arsimore (Evidenca 108) <sup>290</sup> .
<b>Kriteri 2.</b> Institucioni ka të ngritur, mban në funksion Sistemin e Brendshëm të Sigurimit të Cilësisë dhe zbaton një strategji institucionale për përmirësimin e vazhdueshëm të cilësisë, ku përfshihen studentët dhe bashkëpunëtorë e ekspertë të jashtëm.	Komisioni i Përhershëm për Garantimin e Standardeve dhe Cilësisë (KPGSC), Njësia e Brendshme e Sigurimit të Cilësisë në nivel institucional NjSBC në nivel fakulteti si dhe Drejtoria e Kurrikulave dhe Standardeve të Cilësisë ushtrojnë kompetencat me funksione të plota në ruajtjen e standardeve dhe sigurimin e cilësisë së institucionit. Prioritetet strategjike të universitetit dhe të fakultetit, janë të fokusuar në përmirësimin e vazhdueshëm në drejtim të mësimdhënies dhe kërkimit shkencor, ku studentët janë në qendër të filozofisë së universitetit, mbështetur nga grupet e interesit. (Evidenca 108) <sup>291</sup> . Për të siguruar një informacion sa më të saktë mbi studentët dhe kërkesat e tyre, si dhe për të marrë vendime në interes të tyre NjSBC dhe KPSC kanë në përbërje edhe një student. Gjithashtu, për riorganizimin e kurrikulave në disa raste dëgjohen edhe sugjerimet e studentëve apo ekspertëve të jashtëm njohës të fushës që mbulon programi i studimit (Evidenca 112) <sup>292</sup> . Gjithashtu, lektorët e departamentit kanë zhvilluar një sërë aktivitetesh me ekspertë të jashtëm nga fusha e biznesit, si në leksione të hapura me studentët dhe pedagogë të programeve të studimit të departamentit marketing, ashtu edhe përmes konferencave vjetore mbi marketingun

<sup>287</sup> Evidenca 20: Lista e mobiliteteve te studenteve dhe stafit akademik ne FB dhe Mobility agreement shembull

<sup>288</sup> Evidenca 65: Analiza vjetore e departamentit 2021 – 2022

<sup>289</sup> Evidenca 111: Urdheri i Rektorit per ngritjen e NjSBC

<sup>290</sup> Evidenca 108: Rregullore e sistemit te brendshem te cilesise ne UAMD

<sup>291</sup> Evidenca 108: Rregullore e sistemit te cilesise ne UAMD, nenet 2, 8.9,10

<sup>292</sup> Evidenca 112: Kerkese nga studentet per lende te reja ne kurrikulen e BSC MM

	që departamenti ka organizuar ndër vite. Këto aktivitete, kanë ndikuar në rritjen e vazhdueshme të cilësisë (Evidenca 65) <sup>293</sup> , (Evidenca 113) <sup>294</sup> .			
<b>Kriteri 3.</b> Institucioni përdor instrumentet dhe treguesit e duhur për sigurimin e cilësisë. Sigurimi i jashtëm i cilësisë në arsimin e lartë realizohet përmes proceseve të vlerësimit të jashtëm të akreditimit, vlerësimeve analitike e krahasuese, si dhe proceseve të tjera që promovojnë e përmirësojnë cilësinë në programin e studimit.	UAMD përdor instrumentet e duhura për sigurimin e cilësisë. Sigurimi i jashtëm i cilësisë realizohet përmes proceseve të vlerësimit të jashtëm të akreditimit në bashkëpunim me ASCAL. Llojet e akreditimit, afatet dhe procedurat shprehen qartësisht në pjesën gjashtë të rregullores për funksionimin dhe organizimin e sistemit të brendshëm të sigurimit të cilësisë. (Evidenca 108) <sup>295</sup> . UAMD ju nënshtrua në vitin 2016 procesit të Akreditimit Institucional dhe u akreditua për një periudhë 4 – vjeçare. Gjithashtu, u vlerësua me 4 vite akademike në riakreditimin institucional i cili u realizua në vitin 2021 (Evidenca 114) <sup>296</sup> .			
<b>Kriteri 4.</b> Institucioni përdor tregues të qartë, të matshëm në mësimdhënie dhe kërkim, për pasqyrimin gjendjes, arritjeve dhe dobësive, të parashikuara dhe në aktet rregullatore institucionale. Mbi bazën e treguesve cilësorë, institucioni bën promovime nxitëse për arritjet më të mira në programin e studimit.	Gjatë periudhës së pandemisë NJSBC zhvilloi një pyetësor drejtuar studentëve mbi mësimdhënien online, si një formë relativisht e re në kulturën akademike shqiptare. Qëllimi i këtij anketimi ishte konstatimi problematikave dhe pikave të forta që paraqet mësimi online. Rezultatet e këtij pyetësori u përmbledhën në një raport dhe ju vunë në dispozicion stafit akademik. Në fund të çdo semestri, javën e 13 dhe javën e 14, Drejtoria e Kurrikulave dhe Standardeve të Cilësisë organizon anketimin nga studentët mbi stafin akademik. Njësia e sigurimit të cilësisë vlerëson, periodikisht, rezultatet e veprimtarive mësimore dhe kërkimore-shkencore. Ajo realizon pyetësorin studentor për cilësinë e mësimdhënies për stafin e çdo programi studimi.			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				X

<b>Standardi VI.3</b>	
<b>Institucioni i arsimit të lartë monitoron dhe vlerëson përmes njësive të posaçme e në mënyrë periodike programin e studimit, për të garantuar arritjen e objektivave formuese dhe rezultateve të synuara të të nxënit.</b>	
<b>Kriteret</b>	<b>Vlerësimi</b>
<b>Kriteri 1.</b> Institucioni i arsimit të lartë përdor mekanizma e procese formale e të dokumentuara për shqyrtimin, miratimin dhe mbikëqyrjen periodike të programit të studimit të ciklit të parë, që i shërbejnë akreditimit të tij. Në këtë proces realizon evidentimin e arritjeve dhe dobësive, motivimin e praktikave dhe arritjeve më të mira, dhe planin e masave për përmirësim. Rezultatet e këtyre vlerësimeve dokumentohen dhe u bëhen të njohura autoriteteve përgjegjëse dhe vendimmarrëse për programin e studimit.	UAMD përdor mekanizma e procese formale e të dokumentuara, për shqyrtimin, miratimin dhe mbikëqyrjen e herëpashershme të programeve të studimeve të ciklit të parë. Vetëvlerësimi është një proces i kryer nga NjBSC ndaj funksionimit të institucionit ose një program akademik me qëllim vlerësimin e shërbimeve arsimore të ofruara, si dhe për të evidentuar nëse programet akademike plotësojnë objektivat e tyre arsimore, ka përputhje me rezultatet, me qëllim përmirësimin e cilësisë dhe efikasitetit të programeve dhe zhvillimin e mëtejshëm të procesit të mësimnxënies së studentëve. Programet e studimit, si ato të reja, ashtu edhe për riorganizime, propozohen nga njësitë bazë dhe përcillen në Rektorat ku Drejtoria e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë (DSKC) vlerëson përmbushjen e standardeve ligjore dhe të cilësisë dhe më tej kalon për miratim edhe në organet e tjera kolegjiale siç është Komisioni i Përhershëm i Garantimit të Standardeve dhe Cilësisë dhe së fundmi kalon për miratim në Senatin Akademik. DKSC harton raporte periodike kontrolli mbi programet e studimeve dhe kurrikulat në veçanti duke konstatuar problematika dhe duke dhënë sugjerimet përkatëse për përmirësimin e tyre, të cilat ja drejton departamenteve përkatëse zyrtarisht. Programet e studimit në Fakultetin e Biznesit i janë nënshtruar riorganizimit në vitin akademik 2021-2022, kjo për arsye të pajisjes së studentëve me njohuri e shprehje të avancuara dhe me kompetenca të gjëra që kërkohen për t'u punësuar në përputhje me

<sup>293</sup> Evidenca 65: Analiza vjetore e departamentit 2020 – 2021

<sup>294</sup> Evidenca 113: Call ISCOIM 2018 & 2022

<sup>295</sup> Evidenca 108: Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD, Nenet 17 & 19

<sup>296</sup> Evidenca 114: Vendimi i akreditimit institucional 2022 UAMD



	<p>nevojat e tregut të diversifikuar të punës, synon që të ofrojë një program studimi bazuar në kurrikul më bashkohore.</p> <p>Gjithashtu, nga DKSC realizohet kontrolli i kurrikulave të propozuara, sipas akteve ligjore në fuqi mbi riorganizimin mbi dhe nën 20%, si dhe për hapjet e programeve të reja.</p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Raportet e vlerësimit duhet të përfshijnë rezultatet e pritshme, rezultatet e vlerësimit, motivimin e praktikave dhe arritjeve më të mira, dhe masat e marra për adresimin e mangësive dhe përmirësimin në vijim të cilësisë, si dhe motivimin e arritjeve më të mira në mësim dhe kërkim nga personeli akademik dhe studentët.</p>	<p>Raportet e vlerësimit japin një analizë të qartë të aspekteve akademike mbi kurrikulat, mësimdhënien, ndërkombëtarizimin e universitetit, projektet dhe aktivitetet e zhvilluara si pjesë e aktiviteteve jashtë kurrikulare etj. Raportet e vlerësimit kryhen në nivel institucional nga NJSBC e institucionit, strukturat administrative të Rektoratit, NJSBC-të e fakulteteve dhe departamentet. (Evidenca 115)<sup>297</sup>, (Evidenca 116)<sup>298</sup>, (Evidenca 65)<sup>299</sup>, (Evidenca 17)<sup>300</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 3.</b> Institucioni, në kuadër të vlerësimit të realizimit, mbarëvajtjes e cilësisë së programit të studimit përdor, metoda të drejtpërdrejta, si vlerësim i cilësisë së mësimdhënies, vlerësim të didaktikës, kurrikulës, të mësuarit, vlerësime paralele të provimeve apo detyrave të studentëve, vëzhgime në auditor gjatë kryerjes së ushtrimeve/praktikës, testime lokale apo të standardizuara, rezultatet e arritura në testime ndërinstucionale apo kombëtare, si: provimi i shtetit për profesionet e rregulluara dhe të tjera.</p>	<p>Gjithashtu, edhe procesi i vetëvlerësimit të stafit akademik në departament është një dokument i rëndësishëm për të parë ecurinë e stafit akademik në drejtim të kërkimit shkencor, mësimdhënies, angazhimeve në detyra administrative dhe komisione ad-hoc etj.</p> <p>NJSBC realizon për çdo vit akademik raportin e vlerësimit të brendshëm i cili paraqet një studim të funksionimit institucional të UAMD-së dhe përmblidhjen e standardeve të cilësisë për vitin akademik. Raporti hartohet duke u bazuar në 5 fushat e vlerësimit:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Organizimi dhe Menaxhimi</b></li> <li>2. <b>Burimet</b></li> <li>3. <b>Kurrikula</b></li> <li>4. <b>Mësimdhënia, Mësimnxënia, Vlerësimi dhe Kërkimi</b></li> <li>5. <b>Studentët dhe Mbështetja e tyre</b></li> </ol> <p>Ky raport përmbledh Evidencat me anë të të cilave vlerësohet përmblidhja e standardeve të cilësisë dhe veprimtarive akademike dhe mësimore, si dhe mundëson analizimin e nevojave dhe vendosjen e synimeve për zhvillimin e cilësisë.</p> <p>Drejtorja e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë (DKSC), përmes sistemit të saj të informacionit, mban të dhëna të ndryshme mbi institucionin dhe mbledh të dhëna nga NjBSC-të në nivel Fakulteti dhe Koordinatorët e Programeve. DKSC-ja bashkëpunon me strukturën përgjegjëse të institucionit për të dhënat statistikore që do të parashikonte një analizë sistematike të këtyre treguesve. Strukturat e ndryshme të SBSC-së kryejnë mbledhjen e të dhënave, në varësi të llojit të informacionit të kërkuar dhe analiza përcillet në NjBSC. Gjithashtu lektorët dorëzojnë në mënyrë periodike dhe të vazhdueshme CV-të dhe dosjet e tyre të vetëvlerësimit të cilat i disponojnë të gjithë përgjegjësit e departamenteve dhe tek burimet njëzëre. Dosjet e vetëvlerësimit të lektorëve vlerësohen nga drejtuesi i njësisë bazë dhe nga drejtuesi i njësisë kryesore. Në bazë të formularëve të raporteve çdo lektor vlerësohet me pikë për çdo fushë të kërkimit të tij shkencor gjatë një viti akademik, vlerësimi bëhet në bazë të formatit të vlerësimit i cili trajtohet nga koordinatori i kërkimit shkencor që është përzgjedhur me vendim departamenti. (Evidenca 110)<sup>301</sup>. Cilësia e mësimdhënies vlerësohet edhe përmes procesit të vlerësimit të stafit akademik, që zhvillohet javën e 13 ose të 14 të semestrit përkatës. Pyetësori që plotësohet nga studentët, përmban elementë të rëndësishëm që masin cilësinë e mësimdhënies (Evidenca 109)<sup>302</sup>.</p>

<sup>297</sup> Evidenca 115: Raporti i vetëvlerësimit 2020 – 2021 NJSBC

<sup>298</sup> Evidenca 116: RVB e fakultetit të biznesit 2020 – 2021

<sup>299</sup> Evidenca 65: Analiza vjetore e departamentit 2021 - 2022

<sup>300</sup> Evidenca 17: Raport vjetor UAMD 2020 – 2021

<sup>301</sup> Evidenca 110: Formular vetëvlerësimi

<sup>302</sup> Evidenca 109: Model pyetësori për vlerësimin e stafit akademik

<p><b>Kriteri 4.</b> Institucioni, në kuadër të vlerësimit të realizimit, mbarëvajtjes e cilësisë së programit të studimit përdor metoda e instrumente të tërthorta vlerësimi, si: sondazhe e intervista të studentëve, të atyre të diplomuar (alumni), të personelit akademik, ndihmësakademik e administrativ, punëdhënësit e institucionet që bashkëpunojnë në realizimin e programit të studimit dhe palëve të tjera që përfshihen në realizimin apo që shërbejnë për vlerësimin e dijeve e kompetencave të përfuara nga ky program.</p>	<p>UAMD aplikon një sërë instrumentash vlerësimi, si në drejtim të mësimdhënies, përmes pyetësorit që studentët plotësojnë për pedagogët e tyre, vlerësimi i institucionit nga stafi administrativ, ai akademik dhe studentët, vlerësimin e mësimdhënies të zhvilluar nga NJSBC, si dhe propozime të ndryshme për risi apo përmirësime të kurrikulave që vijnë si nga partnerët nga tregu i punës, ashtu edhe nga studentët e ciklit të parë. (Evidenca 117)<sup>303</sup> (Evidenca 104)<sup>304</sup>, (Evidenca 118)<sup>305</sup>. Njëkohësisht sondazhet që zhvillohen rregullisht mbi punësimin e ish - studentëve alumni zga Zyra e Karrierës janë një bazë të dhënash me shumë vlerë për të parë ndikimet e arsimit tek studentët dhe oportunitetet e tregut të punës. (Evidenca 51)<sup>306</sup>.</p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p>Nuk përmbushet</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p> <p style="text-align: center;"><b>X</b></p>

<p><b>Standardi VI.4</b></p>	
<p><b>Institucioni i arsimit të lartë përfshin njësitë akademike, personelin akademik e studentët në proceset e SBC-së të programit të studimit dhe informon palët e interesuara në lidhje me rezultatet dhe masat e marra në vijim të tyre.</b></p>	
<p><b>Kriteret</b></p>	<p><b>Vlerësimi</b></p>
<p><b>Kriteri 1.</b> Institucioni duhet të parashikojë dhe të garantojë në politikat dhe procedurat e brendshme të cilësisë përfshirjen e aktorëve të brendshëm dhe të jashtëm të interesuara për sigurimin dhe përmirësimin e vazhduar të cilësisë së programit të studimit.</p>	<p>Në UAMD është i rëndësishëm angazhimi i studentëve në çdo nivel të vendimarrjes. Përfaqësues të studentëve ka pothuajse në çdo organ kolegjal duke filluar nga Senati Akademik, Bordi i Administrimit, NjBSC e institucionit, Komisionin i Përhershëm për Garantimin e Standarteve dhe Cilësisë e deri tek GVB për hartimin e Raporteve të Vlerësimit të Brendshëm për akreditimin institucional dhe të programeve të studimit. Gjithashtu edhe partnerët e departamentit nga tregu i punës që lidhet me programin e studimit, janë pjesë e vendimarrjeve të departamentit duke propozuar lëndë të reja apo ndryshime kurrikulare në përputhje me nevojat e biznesit për burime njerëzore (Evidenca 119)<sup>307</sup>, (Evidenca 112)<sup>308</sup>, (Evidenca 2)<sup>309</sup>.</p>
<p><b>Kriteri 2.</b> Institucioni përcakton përgjegjësi dhe detyra konkrete për njësitë, individët, studentët dhe palë të tjera të angazhuara në sigurimin e brendshëm të cilësisë së programit të studimit dhe garanton ushtrimin me përgjegjësi të këtyre detyrave.</p>	<p>Përgjegjësitë dhe detyrat konkrete të personave dhe strukturave përkatëse janë të përcaktuara në nenet e rregullores për funksionimin dhe organizimin e sistemit të brendshëm të sigurimit të cilësisë, Rregulloren e Fakultetit të Biznesit etj (Evidenca 108)<sup>310</sup>, (Evidenca 15)<sup>311</sup>.</p>

<sup>303</sup> Evidenca 117: Relacion i NjBSC mbi realizimin e mesimdhënies online

<sup>304</sup> Evidenca 104: Pyetësor online për studentët nga Njësia Kryesore për vlerësimin e stafit administrativ dhe akademik

<sup>305</sup> Evidenca 118: Analiza e rezultateve të anketimit për studentët, stafin akademik dhe administrative

<sup>306</sup> Evidenca 51: Shoqata Alumni UAMD dhe aktivitetet

<sup>307</sup> Evidenca 119: Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Bachelor ne Menaxhim marketing

<sup>308</sup> Evidenca 112: Kerkese nga studentet per lende te reja ne kurrikulen e BSC MM

<sup>309</sup> Evidenca 2: Statuti i UAMD-së

<sup>310</sup> Evidenca 108: Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD

<sup>311</sup> Evidenca 15: Rregullore e fakultetit te biznesit, neni 22

<p><b>Kriteri 3.</b> Në vlerësimin dhe sigurimin e cilësisë së programit të studimit duhet të garantohet përfshirja e njësisë bazë dhe kryesore, përgjegjëse për programin e studimit, anëtarëve të personelit akademik, ndihmësakademik e administrative dhe studentëve e programit të studimit.</p>	<p>Pjesë e sigurimit të cilësisë së programit të studimit është edhe NJSBC e fakultetit në përbërje të së cilës ka një anëtar ngas çdo department. Gjithashtu për hartimin e RVB – ve, si asaj të fakultetit, ashtu edhe të programeve të studimit kontribuojnë të gjitha strukturat ndihmës akademike dhe administrative që kanë lidhje me vlerësimin e standardeve dhe kriterëve të cilësisë. Në këtë mënyrë sigurohet një gjithëpërfshirje e të gjitha strukturave të cilat kanë edhe përgjegjësitë e tyre specifike në këtë drejtim. Në vlerësimin dhe përmirësimin e vazhdueshëm të cilësisë së programeve të studimit përfshihen studentët, pedagogët, strukturat në nivel fakulteti, departamenti dhe në rang universiteti.</p>			
<p><b>Kriteri 4.</b> Përfshirja dhe aktivizimi i aktorëve të brendshëm në proceset ciklike të vlerësimit duhet të respektojë integritetin akademik dhe të shmangë çdo lloj diskriminimi apo pabarazie kundrejt personelit dhe studentëve.</p>	<p>Respektimi i standardeve akademike dhe integriteti akademik i personelit të përfshirë në sigurimin e cilësisë në fakultet, janë parime themelore për këtë institucion. Përzgjedhja e personelit për këtë proces bazohet në kontributin, seriozitetin dhe integritetin akademik.</p>			
<p><b>Kriteri 5.</b> Pjesë aktive e proceseve të vlerësimit dhe sigurimit të brendshëm të cilësisë, duhet të bëhen edhe bashkëpunëtorë dhe/ose ekspertë të jashtëm që kanë lidhje me programin e studimit apo mund të japin ekspertizë e mendime të vyera në lidhje me cilësinë e programit dhe përmirësimin e saj.</p>	<p>Ekspertët e jashtëm kanë qenë prej kohësh “partnerë” të denjë të departamentit, duke dhënë propozime të vlefshme për përmirësimin e cilësisë veçanërisht të kurrikulave, duke marrë pjesë si të ftuar gjatë leksioneve me anëtarët e departamentit, si dhe pjesë aktive në konferencat shkencore të organizuara nga departamenti i marketingut dhe fakulteti i biznesit vitet e fundit (Evidenca 119)<sup>312</sup>, (Evidenca 65)<sup>313</sup>. Bashkëpunëtorët e Departamentit të Marketingut dhe UAMD-së në tregun e punës, specialistë nga institucionet ku studentët kryejnë praktikat profesionale, si dhe punëdhënësit e studentëve të diplomuar në fakultetin e biznesit me të cilët institucioni ruan marrëdhënie bashkëpunimi strategjike, janë pjesë aktive në proceset e vlerësimit dhe sigurimit të brendshëm të cilësisë, duke ndihmuar në inicimin e propozimeve konkrete për përmirësime të kurrikulës. Departamenti i Marketingut ruan një bashkëpunim të ngushtë me pedagogë të ftuar, kryesisht me përvojë të gjatë në arsim me tituj akademike e grada shkencore dhe specialistë në fushat përkatëse, me një bashkëpunim të gjatë ndër vite me universitetin, duke i ftuar të japin ekspertizë e mendime ekspertize gjithmonë të vyera për vlerësimin e cilësisë së programeve të studimit dhe përmirësimin e tyre. Ky bashkëpunim i frytshëm ka rritur padyshim cilësinë e brendshme në institucion.</p>			
<p><b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b></p>	<p><b>Nuk përmbushet</b></p>	<p><b>Përmbushet pjesërisht</b></p>	<p><b>Përmbushet kryesisht</b></p>	<p><b>Përmbushet plotësisht</b></p> <p style="text-align: center;"><b>X</b></p>

<p><b>Standardi VI.5</b> <b>Politikat, proceset dhe veprimtaritë për Sigurimin e Brendshëm të Cilësisë për programin e studimit, duhet të jenë publike, transparente dhe efektive, dhe të synojnë krijimin e Kulturës së Brendshme të Cilësisë.</b></p>	
<p><b>Kriteret</b></p>	<p><b>Vlerësimi</b></p>
<p><b>Kriteri 1.</b> Politika, strategjia, organizimi dhe veprimtaritë në kuadër të sistemit të Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë për programin e studimit janë transparente dhe</p>	<p>Pranë UAMD prej vitesh realizohet raportimi vjetor nga ana e rektoratit mbi çështjet akademike, kërkimore shkencore dhe financiare të universitetit. Rezultatet e këtij raporti prezantohen në fund të vitit në një mbledhje të hapur me prezencën e Senatit Akademi, Bordit të Administrimit, stafit akademik dhe studentëve. (Evidenca 17)<sup>314</sup>, (Evidenca 115)<sup>315</sup>. Në të njëjtin format edhe pranë fakulteteve dhe departamenteve realizohet në mënyrë periodike raporti vjetor i vetvlerësimit të brendshëm dhe</p>

<sup>312</sup> Evidenca 119: Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Bachelor ne Menaxhim marketing

<sup>313</sup> Evidenca 65: Analiza vjetore e departamentit 2021 – 2023 fq 31 – 35

<sup>314</sup> Evidenca 17: Raport vjetor UAMD 2020 – 2021

<sup>315</sup> Evidenca 115: Raport i vetvlerësimit 2019 – 2020 Njsbc

bëhen publike për studentët dhe të gjithë të interesuarit.	analizat vjetore të departamenteve dhe jepet informacion mbi çwshtjet akademike dhe tw programeve tw studimit nga lektorët, stafi administrativ dhe studentët (Evidenca 65) <sup>316</sup> , (Evidenca 116) <sup>317</sup> .			
<b>Kriteri 2.</b> Institucioni i arsimit të lartë publikon rezultatet e vlerësimeve të programit të studimit, duke respektuar lirinë dhe etikën akademike, si dhe legjislacionin për të dhënat personale.	Në faqen zyrtare të internetit të universitetit publikohen një sërë dokumentash dhe raportesh, përfshirë ato të cilësisë, duke bërë të mundur që të gjithë palët e interesuara të kenë mundësinë të njihen me to. <sup>318</sup> Lidhur me procesin e transparencës dhe mbrojtjen e të dhënave personale, institucioni ka të publikuara në faqen zyrtare të internetit politikat e transparencës që ndiqen konform legjislacionit në fuqi për mbrojtjen e të dhënave personale duke respektuar lirinë dhe etikën akademike. <sup>319</sup> Gjithashtu në faqet e rrjeteve sociale të departamentit dhe fakultetit publikohen në mënyrë të rregullt të gjitha njoftimet dhe dokumentat që janë me interes në rradhë të parë për studentët e programit të studimit bachelor në Menaxhim Marketing dhe të gjithë të interesuarit e tjerë.			
<b>Kriteri 3.</b> Rezultatet e vlerësimit duhet të shoqërohen me një plan masash, që adresojnë dhe synojnë përmirësimin e mangësive e dobësive të evidentuara.	Raporti i vetëvlerësimit në nivel institucional, si dhe ai në nivel fakulteti pas vlerësimit të fushave respektive, referuar rezultateve të konstuara ofron edhe rekomandime dhe masa të caktuara për përmirësimin e situatës. Kjo shërben si një udhërrëfyes i vlefshëm për përmirësimin cilësor të aktivitetit akademik, kërkimor – shkencor dhe aspekteve të tjera të jetës akademike brenda UAMD-së (Evidenca 115) <sup>320</sup> .			
<b>Kriteri 4.</b> Institucioni vlerëson dhe siguron efektivitetin dhe ndikimin e veprimtarive në kuadër të monitorimit e vlerësimit të cilësisë në përmirësimin në vijim të cilësisë së programit të studimit.	Planet e masave komunikohen sipas rastit nga Rektorati për dekanët e fakulteteve, nga dekanati apo nga përgjegjësit e departamenteve për anëtarët e stafit akademik etj (Evidenca 116) <sup>321</sup> .			
<b>Kriteri 5.</b> Institucioni organizon veprimtari periodike me personelin dhe studentët për informimin dhe ndërgjegjësimin e tyre për sigurimin dhe përmirësimin afatgjatë të cilësisë së programit të studimit.	UAMD organizon veprimtari periodike me personelin dhe studentët për informimin dhe ndërgjegjësimin e tyre për sigurimin dhe përmirësimin afatgjatë të cilësisë së programit të studimit, nëpërmjet: - Zhvillimit nga Njësia e Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë të seancave të informimit të studentëve mbi rëndësinë e zhvillimit të pyetësorëve të vlerësimit të cilësisë së mësimdhënies, treguesit e përdorur e mënyra e interpretimit të tyre; - Përfshirjes së stafit akademik në proceset e vlerësimit të brendshëm dhe akreditimit, për mundësinë e trajnimit e të përfitimit të përvojës në këtë drejtim me qëllim krijimin e kulturës së cilësisë gjithmonë e më të gjerë në institucion (Evidenca 120) <sup>322</sup> .			
<b>Shkalla e përmbushjes së standardit</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<b>Shkalla e përmbushjes së standardevë të fushës VI</b>	<b>Nuk përmbushet</b>	<b>Përmbushet pjesërisht</b>	<b>Përmbushet kryesisht</b>	<b>Përmbushet plotësisht</b>
				<b>X</b>

<sup>316</sup> Evidenca 65: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

<sup>317</sup> Evidenca 116: RVB e fakultetit të biznesit 2020 - 2021

<sup>318</sup> <https://www.uamd.edu.al/index.php/sq/dokumente/>

<sup>319</sup> <https://uamd.edu.al/programi-i-transparences/>

<sup>320</sup> Evidenca 115: Raport i vetëvlerësimit 2019 – 2020 NJSBC, fq 47 - 48

<sup>321</sup> Evidenca: 116 RVB e fakultetit të biznesit 2020 – 2021

<sup>322</sup> Evidenca 120: Takim informues i NJSBC me koordinatoret dhe GVB-te

## Përfundime të Vlerësimit të programit të studimit të ciklit të parë Bachelor në “Menaxhim Marketing”

### **Pikat e forta dhe afirmime:**

1. Bachelor në “Menaxhim Marketing” është hartuar duke patur parasysh zhvillimet në mjedisin e ekonomisë në Shqipëri dhe Rajon, rritjen dhe diversitetin e sipërmarjeve dhe avantazhet konkurruese që çdo biznes përpiqet t'i ofrojë në forma nga më të ndryshmet duke përdorur teknika dhe strategji të ndryshme marketingu.
2. Në mënyrë që të përshtaten sa më mirë ndryshimet kurrikulare me kërkesat e tregut, departamenti organizon studime tregu përpara hapjes/riorganizimit të programeve dhe pas diplomimit të studentëve.
3. Metodologjia interaktive gjatë seancave të mësimdhënies nga ana e lektorëve, si dhe nxitja e diskutimeve dhe mendimit kritik, miniprojekteve në grup etj, forcon kompetencat e studentëve, për të qenë të gatshëm që të punësohen në tregun e punës
4. Pjesë e programit të studimit është edhe kryerja e detyrueshme e praktikës profesionale nga studentët pranë bizneseve/institucioneve të ndryshme publike apo private në fushën e marketingut. Departamenti i marketingut ka nënshkruar marrëveshje bashkëpunimi me kompani/institucione kombëtare me qëllim kryerjen e praktikave profesionale.
5. Departamenti i Marketingut mbështet fuqimisht rritjen e nivelit akademik, duke nxitur marrjen e gradave dhe kualifikimin shkencor të anëtarëve të stafit të tij, duke patur numrin më të madh të stafit akademik me titullin “Profesor”, në nivel universiteti.
6. Departamenti i Marketingut zhvillon konferencen periodike shkencore ndërkombëtare në fushën e Menaxhim Marketingut ISCOIM, një konference që mbledh sëbashku qindra studiues nga dhjetra shtete dhe ku flitet vetëm gjuha e inovacioneve në “marketing”.
7. Veprimtaritë formuese të programit Bachelor në “Menaxhim Marketing” janë ndërtuar të tilla që të mundësojnë, thellim të njohurive dhe aftësive për studime të mëtejshme dhe/ose punësimin e studentëve.
8. UAMD-ja përkrah aplikimin e metodave inovative për të gjitha njesitë kryesore dhe bazë. Në kuadër të kësaj përkrahjeje, departamenti i Marketingut në fillim të çdo fillim viti akademik kërkon nga anëtarët e departamentit që të paraqesin një ose dy aktivitete të cilat mendojnë ti realizojnë gjatë vitit akademik përkatës. Në këto aktivitete përdoren metoda të ndryshme inovative në funksion të mësimdhënies dhe mësimnxënies në bazë të fushës së studimit.
9. Aftësitë mësimdhënëse dhe inovative të personelit akademik monitorohen në mënyrë periodike nga UAMD. Monitorimi dhe vlerësimi i tyre maten me anë të këtyre instrumentave: Analizimi i kalendarit të aktiviteteve, Pyetësi me studentët, Dokumenti i Analizës së Rezultateve të Anketimit, Formulari i vetvlerësimit të performancës, Pyetësor online për studentët nga Njësia Kryesore.
10. Ambientet e Godinës Nr. 2 Kampus, Spitalë, Durrës janë të mjaftueshme për realizimin e programit të studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” në Fakultetin e Biznesit pranë departamentit të Marketingut. Këto ambiente përfshijnë auditorë, zyra, laboratore, salla konferencash, bibliotekë dhe salla mbledhesh.
11. UAMD-ja vendos në dispozicion të studenteve nëpërmjet bibliotekave të vendosura në mjediset e universitetit, FB-së dhe FE-së, tekstet mësimore të përcaktuara në syllabuse-t e lëndëve dhe literaturë ndihmëse të nevojshme, përzgjedhur mbi bazë të planit të hartuar nga përgjegjësi i programit. Biblioteka vë në dispozicion katalogun e saj elektronik, me standarde ndërkombëtare.
12. Stafit akademik dhe studentët e UAMD-së përdorin sistemin on-line PITAGORA për të marrë informacion mbi vlerësimin në provime, rregjistrimin e kurseve dhe orarit të mësimin.
13. Testimi dhe vlerësimi i njohurive të studentit realizohet përgjatë gjithë semestrit. Kjo është e përcaktuar qartë në rregulloren e UAMD-së, në rregulloren e FB-së, në rregulloren e programit Bachelor dhe në rregulloren e provimeve të FB-së. Vlerësimi është ndarë në tre pjesë.
14. Stafit akademik që jep mësim në Bachelor “Menaxhim Marketing” në orën mësimore pas provimit në po të njëjtën ditë që është zhvilluar provimi jep përgjigjet e sakta dhe zgjidh dhe/ose shtjellon ushtrimet/pyetjet teorike për të 4 tipet e tezave të provimit që ka përdorur në provim. Kjo me qëllim që

studentët të krijojnë një ide në lidhje me vlerësimin që do të presin të marrin. Ata kanë të drejtën të ballafaqohen me stafin akademik që ju jep mësim për të gjitha lëndët që ata zhvillojnë në lidhje me vlerësimin e tezës së provimeve.

15. Vlerësimi i kontrollit të dijeve bëhet me pikë ku maksimumi i pikëve të grumbulluara është 1000 pikë, të cilat në përfundim konvertohen detyrimisht në notë. Për të vlerësuar njohuritë e studentit përdoret sistemi shqiptar i vlerësimit me nota nga 1 në 10 ku 10-ta është vlerësimi maksimal. Notat nga 5 deri në 10 janë kaluese, përdoret sistemi amerikan i vlerësimit me shkronja nga F në A, ku A është vlerësimi maksimal dhe F është vlerësimi minimal. Notat nga D në A janë kaluese.
16. Departamenti i Marketingut ka një eksperiencë mjaft të mirë në drejtim të angazhimit të të ftuarve të cilët zhvillojnë orë të hapura ashtu si evidentohet edhe te aktivitetet e departamentit me individë të cilët kanë contribute të spiktura në fushën e marketingut.
17. Kërkesë në rritje për studime në programet e marketingut dhe te menaxhimit, si rrjedhojë e rritjes së kërkesës së tregut të punës.
18. Staf akademik i kualifikuar dhe me eksperiencë në ofrimin e lëndëve përkatëse.
19. Progra, studimi i cili ofrohet në bashkëpunim me kërkesat e biznesit cka rrit shanset e punësimit pas diplomimit dhe realizimin e marrëveshjeve të bashkëpunimit me kompani të cilat kërkojnë staf të specializuar në menaxhim marketing.
20. Kurrikula përditësohet dhe bazohet në programe të ngjashme studimi nga universitete të mirënjohura ndërkombëtare.

#### Pika të dobta:

1. UAMD mban kontakte me punëdhënësit për t'u njohur me pozicionet e punës së studentëve të diplomuar dhe ecurinë e tyre në profesion përmes Sektorit të Komunikimit, Alumit dhe Karrierës në UAMD, por edhe kanaleve të tjera të bashkëpunimit. Këto kontakte duhen më të formalizuara dhe mbi to të realizohen studime me qëllim përmirësimin e kurikulës, zhvillimit të praktikës, etj.
2. Njësia Bazë dhe Fakulteti i Biznesit si dhe UAMD-ja kanë bërë përpjekje për të ndihmuar studentët në lidhje me institucionet, bizneset apo kompanitë ku do të bënin Praktikën Profesionale, duke ju vënë në dispozicion studentëve marrëveshjet e bëra prej tyre. Këto përpjekje duhet të intensifikohen dhe të nënshkruhet marrëveshje me shumicën e bizneseve që operojnë jo vetëm në Qarkun e Durrësit por në të gjithë Shqipërinë.
3. Për çdo lëndë të ofruar në programin Bachelor "Menaxhim Marketing", literatura bazë ofrohet në gjuhën shqipe. Literatura përfshin tekste mësimorë, cikle leksionesh, leksione në ppt, materiale në web, etj. Materialet fizike ofrohen në sektorin privat në mungesë të një librarie në rang Fakulteti apo Universiteti.
4. Për të eliminuar sa më shumë të jetë e mundur format e ndryshme të abuzimit dhe për të rritur transparencën, UAMD-ja ka nënshkruar një marrëveshje me Fondin Shqiptar të Zhvillimit në 20 shkurt 2019 për shtrirjen e projektit Clean Score e cila mbaron në datë n 31.12.2024.
5. Mund të mos përfaqësojë të gjithë interesat e studentëve për shkak të një fokusimi të përgjithshëm në menaxhimin e marketingut dhe jo në specializime të veçanta si marketingu në internet, marketingu ndërkombëtar, etj.
6. Mungesa e disa linjave të transportit publik. Aktualisht Kampusi Universitar aksesohet nga një linjë urbane, por shpeshherë shfaqen problematika për aksesim. Një numër i konsiderueshëm i studentëve të regjistruar në UAMD nuk janë banues në Durrës, por vijnë nga qytete/fshatra të ndryshëm gjë e cila mund të përmirësohej nëse shtohen linjat e transportit publik.

#### Rekomandime:

1. Diversifikimi i literaturës së përdorur në kurset e përfshira në kurrikulat e marketingut, duke përdorur literaturë bashkohore dhe relevante me kursin.
2. Krijimi i linjave të rregullta të komunikimit me partnerët e jashtëm nga fusha e biznesit lidhur me kërkesat për ndryshime në kurrikula

3. Mbështetje e ofruar pas-diplomimit për alumnit, përfshirë angazhimin në fakultet dhe mundësi për suport të karrierës së tyre.

### Evaluation's conclusions for the first cycle study program Bachelor "Marketing Management"

#### **Strengths and affirmations**

1. Bachelor in "Marketing Management" is the analysis of the economy drawn up in the environment in Albania and the region, the reasons and diversity of enterprises and the competitive advantages that each business offers in different forms using technology and different marketing strategy.
2. To adapt in the department better curricular changes to external views, organizing market studies before the opening/reorganization of the programs and after the graduation of the students.
3. Interactive methodology during teaching sessions by lecturers, as well as encouraging discussions and critical thinking, group mini-projects, etc.
4. Part of the study program is a mandatory professional performance by participating in different private businesses or institutions in the field of marketing. The marketing department has signed the structure with national companies/institutions in order to carry out professional practices.
5. The Marketing Department strongly supports academics, starting from the high level of studies and scientific qualifications of its staff, the largest number of academic staff with the title "Professor" at the university level.
6. The Marketing Department conducts the periodic scientific conference in the field of Marketing Management ISCOIM, a conference that gathers a significant number from dozens of countries and where only the language of innovations in "marketing" is spoken.
7. Formative activities of the Bachelor program in "Marketing Management" are such to experience, deepen knowledge and skills for further studies and/or employment of students.
8. UAMD supports the application of innovative methods for all major and basic units. As part of this support, the Marketing department at the beginning of each academic year asks the members of the department to submit one or two activities that they intend to carry out during the academic year. In these activities, different innovative methods are used in the function of teaching and learning based on the field of study.
9. Teaching skills of academic staff are periodically monitored by UAMD. Monitoring and their results are measured through these instruments: Analysis of this calendar, Questionnaire with activities, Survey results document, Performance self-evaluation form, Online questionnaire for some of the Main Unit.
10. The premises of building No. 2 Campuses, Spitalle, Durrës are sufficient for the implementation of the Bachelor study program "Marketing Management" in the Faculty of Business at the Marketing department. These facilities are auditoriums, offices, laboratories, conference rooms, library and meeting rooms.
11. UAMD places in the students through the libraries located in the university environment, FB and FE, texts in the course syllabuses and the necessary auxiliary literature, choose based on the drawn up plan. from the program company. The library is available in its electronic catalog, with other standards.
12. The academic staff and students of UAMD uses the PITAGORA online system to obtain information on exams, courses and class schedule.
13. Testing and studying students' knowledge is carried out throughout the semester. This is clearly stated in the FB regulations, Bachelor program regulations and FB examination regulations. the conclusion is divided into three parts.
14. The academic staff who teach in the Bachelor "Marketing Management" in the lesson after the exam on the same day gives the correct answers and choose/or elaborate the exercises/theoretical questions for all 4 types of theses of the exam that has contact in the exam. This is to get an idea of the rating they will expect to receive. They have the right to confront the academic staff who teach about all the subjects they develop in relation to the exam thesis.
15. The end of the knowledge check is done at the point where the maximum number of accumulated points is 1000 points, which at the end of the link conversion are in the grade. For the student's knowledge, the Albanian study system is used with grades from 1 to 10, where the maximum value is 10. Grades from 5 to 10 are passing, American systems are used that are used with the letters from F to A, A is the maximum value and F is the minimum. Grades D through A are passing.
16. Marketing Department has a very good experience in engaging guests who hold open hours, as Evidencad by the department's activity with individuals who have outstanding contributions in the field of marketing.



17. Increasing demand for studies in marketing management programs, as a result of the increase in the demand of the labor market.
18. Qualified academic staff with experience in providing relevant subjects.
19. The program, the study which is offered in cooperation with business requirements, which increases the chances of employment after graduation and the realization of cooperation agreements with companies that require staff specialized in marketing management.
20. The curriculum is updated and based on similar study programs from well-known international universities.

### Weaknesses

1. UAMD keeps in contact with employers to get to know the job positions of graduate students and their progress in the profession through the Communication, Alumni and Career Sector at UAMD, but also through other cooperation channels. These contacts should be more formalized and studies should be carried out on them in order to improve the curriculum, practice develop, etc.
2. The Basic Unit and the Faculty of Business as well as the UAMD have made efforts to help students in relation to the institutions, businesses or companies where they would do the Professional Internship, making available to the students the agreements made by them. These efforts must be intensified and an agreement signed with the majority of businesses that operate not only in the Durrës District but throughout Albania.
3. For each subject offered in the "Marketing Management" Bachelor program, the basic literature is provided in the Albanian language. Literature includes textbooks, lecture series, ppt lectures, web materials, etc. Physical materials are provided in the private sector in the absence of a Faculty or University library.
4. In order to eliminate as much as possible the various forms of abuse and to increase transparency, UAMD has signed an agreement with the Albanian Development Fund on February 20, 2019 for the extension of the Clean Score project, which ends on on 31.12.2024.
5. May not represent all student interests due to a general focus on marketing management and not on specific specializations such as internet marketing, international marketing, etc.
6. Lack of some public transport lines. Currently, the University Campus is accessed by an urban line, but access problems often appear. A significant number of students enrolled in UAMD are not residents of Durrës, but come from different cities/villages, which could be improved if public transport lines are added.

### Recommendation

1. Diversification of common literature in courses included in marketing curricula, including contemporary and relevant literature with the course.
2. Establishing regular lines of communication with external partners from the business field related to me for curriculum changes.
3. Their support has passed-graduation for a river, which is included in the faculty and opportunities for their support.





Shkalla e përbushjes së standardeve të cilësisë së programit

FUSHAT E VLERËSIMIT	SHKALLA E PËRMBUSHJES SË STANDARDEVE TË FUSHËS			
	Nuk përbushen	Përbushen pjesërisht	Përbushen kryesisht	Përbushen plotësisht
I. OFRIMI, I PROGRAMIT TË STUDIMIT				X
II. ORGANIZIMI, DREJTIMI DHE ADMINISTRIMI I PROGRAMIT TË STUDIMIT TË CIKLIT TË PARË BACHELOR				X
III. MËSIMDHËNIA, MËSIMNXËNIA, VLERËSIMI DHE KOMPETENCAT				X
IV. BURIMET NJERËZORE, FINANCIARE, INFRASTRUKTURA, LOGJISTIKA PËR REALIZIMIN E PROGRAMIT TË STUDIMIT				X
V. STUDENTËT DHE MBËSHTETJA E TYRE				X
VI. SIGURIMI I CILËSISË SË PROGRAMIT TË STUDIMIT BACHELOR				X
VLERËSIMI TËRËSOR				X


## **Lista e dokumenteve bazë për procesin e akreditimit të programeve të studimit**

Lista e mëposhtme është dokumentacioni i detyrueshëm që institucionet duhet të dorëzojnë së bashku me RVB në kuadër të akreditimit të programeve të studimit. Nuk është e thënë që çdo pikë e mëposhtme duhet të jetë një dokument i veçantë, por në një dokument mund të përmbliidhen disa nga të dhënat e kërkuara. Në rastin e programeve të ciklit të dytë (Master i Shkencave) dhe të ciklit të tretë (Specializim Afatgjatë dhe Doktoratë) i gjithë ky dokumentacion duhet të jetë në gjuhën shqip dhe angleze ashtu si dhe RVB. Në cdo rast bazohuni në Manualin për “*Procedurat dhe Afatet për Vlerësimin e Cilësisë në kuadër të akreditimit të Institucioneve të Arsimit të Lartë dhe programeve të studimit*”

1. Rregullore të përgjithshme dhe specifike të funksionimit të njësisë kryesore dhe bazë që ofrojnë

Programin;

2. Dosja e programit të studimit e plotësuar me të gjitha elementët e nevojshëm;
3. Rregullore e programit të studimit;
4. Misioni dhe studimi i tregut të punës për programin e studimit;
5. Strategjia e zhvillimit të programit;
6. Dëshmi e respektimit të autonomisë dhe lirisë akademike e financiare;
7. Politika të burimeve njerëzore, politikat e punësimit, përfshirë rekrutimin dhe përzgjedhjen;
8. Politika e zhvillimit të stafit akademik;
9. Struktura organizative e IAL dhe programeve;
10. Politika e jashtme për mobilitetin e stafit dhe studentëve;
11. Politika për të mësuarit, mësimdhënien dhe cilësinë në mësimdhënie;
12. Politika të vlerësimit akademik të stafit e mësimdhënies;
13. Rregulloret për testimet e provimet, kriteret dhe procedurat e diplomimit etj;
14. Diplomat dhe suplementet e diplomave;
15. Procedurë dhe ankimimi për studentët;
16. Procedurë për mbështetjen, zhvillimin dhe përmirësimin e cilësisë së programeve të studimit;
17. Procedura për përmirësimin e cilësisë së mësimdhënies;
18. Politika e pranimit të studentëve;
19. Procedura e regjistrimit të studentëve, databaza e studentëve/regjistri;
20. Politika të mbështetjes, përkrahjes, u etj për studentët dhe struktura organizative të tyre;
21. Veprimtaria kërkimore, monitorimi dhe rezultatet në nivel programi;
22. Politika e bashkëpunimit dhe marrëveshjet e partneritetit në funksion të programit;




## Lista e dokumenteve bazë për procesin e akreditimit të programeve të studimit

0. Mendim i dekanit bsc MM
1. Plani i Zhvillimit Strategjik të UAMD 2020-2025
2. Statuti i Universitetit Aleksandër Moisiu, Durrës
3. Plani Strategjik për Departamentin e Marketingut-2021 – 2025
4. Rregullore e Programit të studimit Bachelor Menaxhim Marketing
5. Struktura e Programeve të Studimit
6. Lektorët me kohë të pjesshme 2018 – 2021
7. Lektorët me kohë të plotë dhe të pjesshme dhe lëndët 2018 – 2021
8. Lektorët me fusha specifike
9. Të dhëna të detajuara të stafit të Departamentit Marketing
10. Memo Kodifikimi i programeve
11. Tabela e kodifikimit të programeve në UAMD
12. Urdhër për regjistrimin e formës së diplomës, diplomë dhe supplement
13. Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit
14. Organigrama UAMD
15. Rregullore e Fakultetit të Biznesit
16. Marrëveshjet e bashkëpunimit Dep Marketingut
17. Raport Vjetor UAMD 2020-2021
18. Marrëveshje Bashkëpunimi UAMD
19. Lista e marrëveshjeve bilaterale për shkëmbime
20. Lista e Mobiliteteve të Stafit & Studentëve
21. Dep Marketingut Analiza Vjetore 2019-2020
22. Call for Papers - ISCOIM 2022
23. Kurrikula dhe Plani Mësimor BSc MM 2021-2024
24. Formulari i Vlerësimit të Praktikës Profesionale
25. Rregullore e Detyrimeve Përmbyllëse cikli Bachelor
26. Evidenca Kurrikula e një programi të ngjashëm
27. Organigrama FB
28. Organigrama Departamenti i Marketingut 2022
29. Krijimi i grupeve mësimore kërkimore
30. Memo 70% Ngarkesës të Brendshëm
31. Syllabuset e Lëndëve BSc. MM
32. Lista e plotë e Stafit Ndihmës Akademik
33. Vendimi i Departamentit për përcaktimin e Koordinatorit të BSc MM
34. Rregullore e Departamentit Marketing
35. Urdhër Miratimi nga MASH për Hapjen e Programit BSc MM
36. Vendim miratim riorganizimi
37. Rregullore e Universitetit "Aleksandër Moisiu" Durrës
38. Rregullore provimesh FB
39. Raport mbi ndryshimin e Syllabusit të lëndës Kërkim Marketing
40. Studentë të punësuar
41. Orari Bachelor 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021, 2021-2022
42. Lista e mobiliteteve të studentëve dhe stafit akademik në FB 2016 - 2022 dhe Mobility agreement
43. Rregullore e këshillit të botimeve

44. Raport mbi ndryshimin e Syllabusit të lëndës Kërkim Marketing
45. Përshkrimi BSc MM kurikula 2021-2024
46. Plani Mësimor Bsc. MM 2021-2024
47. Oraret e Sem.I dhe Sem.II 2020-2021, 2021-2022
48. Lista e Studentëve që ka përfituar nga Programi Erasmus+, Praktikë për Mobilitet të Studentëve; Mobilitet Studentëve të huaj
49. Të dhëna ALUMNI mbi punësimin e studentëve
50. Formulari i vlerësimit të lektorëve nga studentët - final CleanScore Maj 2018
51. Shoqata Alumni UAMD dhe Aktivitetet
52. Strategjia e nderkombëtarizimit UAMD
53. Anëtarësim në Rrjetin UNIMED
54. CV e Stafit Ndihmës Akademik
55. Syllabuse Anglisht MM
56. Staf Akademik i Departamentit Marketing që prej vitit 2013 – 2014
57. Tabela e vlerësimit të stafit akademik nga rektorati
58. Syllabus Model
59. Pyetësor për metodat e mësimdhënies nga Lektor
60. Foto-Këndi i studentit
61. Marrëveshja Clean – Score
62. Clean Score Trajnim
63. Sistemi PITAGORA (RASH)
64. Manual\_Aula
65. Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022
66. Lista Aktiviteteve Dep Marketingut v.a. 2020-2021
67. Rregullore Diplomimi
68. Komunikim student udhëhëqës diplome me email
69. Foto të auditorëve, bibliotekës, sallave të konferencave, laboratorëve etj
70. Proçes- verbal i mbrojtjes së temës së diplomës Bachelor “Manaxhim Marketing”
71. Diplomë dhe Suplement i Diplomës
72. Rregullorja për Qarkullimin dhe Arshivimin e dokumentacionit të brendshëm në UAMD
73. Organigrama Departamenti Marketing viti 2022
74. CV-të e stafit të departamentit marketing
75. Orari mësimorë me emra 2020-2021
76. Vërtetim për kontributet e sigurimit shoqëror dhe shëndetësor
77. Formular Aplikimi Akademik
78. Fakulteti i Biznesit njoftim për staf akademik me kohë të pjesshme
79. Fakulteti i Biznesit, kriteret e vendeve të lira të punës
80. Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit \_ Karrierës
81. Rregullore drejtoria burimeve njerezore dhe juridike
82. Tabela e shpërndarjes së temave të Bachelor Menaxhim Marketing
83. Vendim grupi i punës paniri i punës dhe i karrierës
84. Draft Agjendë panairi i punës dhe i karrierës 2022
85. Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së
86. Ambiente të Fakultetit të Biznesit
87. Foto të laboratorëve
88. Biblioteka online
89. Kalendar i funksionimit të Bibliotekës në fundjavë
90. Kapacitetet infrastrukturore të godinës Nr. 2 Kampus
91. Memo e kalendarit të bibliotekës

136. Informimi Studenteve - Shembull Orari Mësimor  
137. Foto e afishimit të emrit të lektorit, orës dhe ditës së konsultimit model

A series of handwritten signatures in blue ink, appearing to be official or personal signatures, located at the bottom of the page.

92. Rregullorja e Bibliotekes Shkencore
93. Faqet në IG të UAMD, FB, DM
94. Raporti-financiar-2021-2022
95. Kriteria pranimit Bachelor dhe Msc në Departamentin e Marketingut 2019-2020
96. Kthim përgjigje mbi publikimin e kriterëve të pranimit të studentëve të ciklit I dhe II të studimeve në FB, viti akademik 2020-2021
97. Kriteret e pranimit të programeve të studimit në Fakultetin e Biznesit, UAMD, për 2019-2020
98. Evidenca Grupi i punës që shqyrton dokumentacionin në lidhje me bursat
99. UAMD Udhëzues nga Qendra e Karrierës dhe Alumni
100. Rregullore Sekretarisë mësimore
101. Strategjia e Komunikimit – UAMD
102. RVB e fakultetit të biznesit 2020-2021
103. Memo-Përgjigje Rektoratit në lidhje me vlerësimin e stafit akademik të Departamentit Marketing 2018-2019
104. Pyetësor online për studentët nga Njësia Kryesore për vlerësimin e stafit administrativ dhe akademik
105. Raport vlerësimi për stafin akademik nga studentët shembull
106. Pyetësor për studentët Bsc MM mbi permisimin e metodikës së mësimdhënies
107. Relacion i NjBSC mbi realizimin e mesimdhënies online dhe pyetësori
108. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD
109. Model pyetësori për vlerësimin e stafit akademik
110. Formular vetvlerësimi
111. Urdhëri i Rektorit për ngritjen e NjSBC
112. Kërkesë nga studentët për lëndë të reja në kurrikulën e BSC MM
113. CALL ISCOIM 2018 & 2022
114. Vendimi i akreditimit institucional 2022 UAMD
115. Raporti-i-Vetëvlerësimit 2019-2020 NJSBC
116. RVB e Fakultetit të Biznesit 2020-2021
117. Relacion i NjBSC mbi realizimin e mësimdhënies online dhe pyetësori
118. Analiza e rezultateve të anketimit për studentët, stafin akademik dhe administrative
119. Sugjerim nga një biznes mbi riorganizimin e programit Bsc Menaxhim Marketing
120. Takim informues i NJSBC me koordinatore dhe GVB –të
121. Dosja e studentit
122. Bsc MM. Lista e lektoreve që kanë dhënë mësim 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021, 2021-2022
123. Orientimi i studentëve Universiteti “ALEKSANDER MOISIU”
124. Rregullore Praktike
125. Foto e afishimit të emrit të lektorit, orës dhe ditës së konsultimit model
126. Raporti Vjetor i Auditit të brendshëm për 2018
127. Tabela për Kostot e Programeve Menaxhim Marketing
128. Publikime ne Rrjete sociale FB -Raundet e Regjistrimit
129. Publikime në Rrjete sociale FB -Raundet e Regjistrimit
130. Promovimi në faqen e departamentit
131. Promovim tek maturantët
132. Promovimi në Rrethe -Broshura Promovimi i Programeve
133. Tabela me Kuotat e miratuara për programet e Ciklit të parë dhe ciklit të dytë të studimeve, për vitin akademik 2021-2022
134. Publikimi i Kriterëve e Pranimit 2022-2023
135. Foto Java e Orientimit Viti i I