












UNIVERSITETI "ALEKSANDËR MOISIU" DURRËS

RAPORTI I VLERËSIMIT TË BRENDSHËM

Programi i Studimit të Ciklit të Dytë
Master i Shkencave "Menaxhim
Marketing" i Institucionit të Arsimit të
Lartë "UAMD"

Grupi i Vlerësimit të Brendshëm:

1. Prof.As.Dr. Elton Noti - Kryetar, (Personel akademik) 
2. Dr. Violeta Neza – Anëtar, (Personel akademik) 
3. Dr. Vaeld Zhezha – Anëtar, (Personel akademik) 
4. Msc. Erjonilda Hasrama – Anëtar, (Personel akademik) 
5. Msc. Taulant Kullolli – Anëtar, (Personel akademik) 
6. Artemis Tota (Përfaqësues Biznesi) 
7. Blerta Zogu (Studente e Masterit Shkencor Menaxhim Marketing) 
8. Spiro PAÇO (Koordinator institucional) 
9. Marsida Dyrmishi (Specialiste e DKSC) 

Shtator 2023

PËRMBLEDHJE E TË DHËNAVE PËR PROGRAMIN E STUDIMIT MASTER SHKENCOR MENAXHIM MARKETING, NË PROCES TË VLERËSIMIT TË BRENDSHËM

Përshkrim përmbledhës; (200 -400 fjalë)

Programi i studimit Master Shkencor 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”, ku programi emërtohet “Menaxhim – Marketing”, në përfundim të të cilit lëshohet “Diplomë e Nivelit të dytë” (DND), 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 dytë Master Shkencor 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 me nr. Protokoll 676, datë 08.06.2020, të Njesisë së Brendshme të Sigurimit 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 Master Shkencor në Menaxhim Marketing, në përputhje edhe me VKM nr.41, datë 24.01.2018, si dhe Udhëzimit 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 Master Shkencor “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 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 specialistë 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 krijon një sërë mundësish për të bërë një karrierë të suksesshme në fushën profesionale dhe atë akademike.

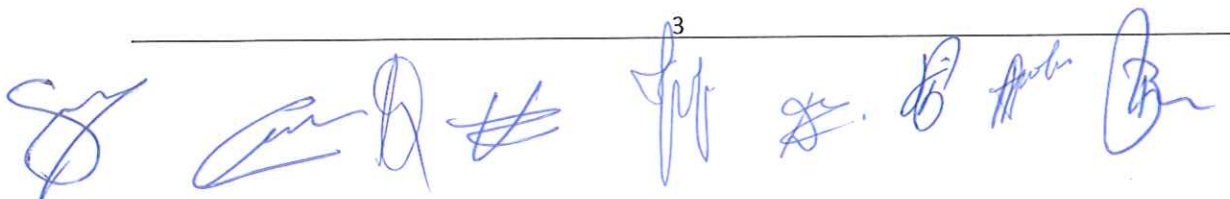
Objektivat kryesore formuese të programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” janë:

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.



Programi zhvillon një sërë aftësish, si ato praktike, ashtu edhe ato 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.

3



PËRSHKRIMI I PROCESIT TË VLERËSIMIT TË BRENDSHËM

Procesi i akreditimit të programit të studimit Master Shkenocr në “Menaxhim Marketing” ka filluar me ngritjen e Grupit të Vlerësimit të Brendshëm për programin e studimit, pranë departamentit të marketingut bazuar në shkresën e Përgjegjës të Departamentit Marketing nr. 535/2, datë 11.07.2023 “Ngritja e Grupit të Vlerësimit të Brendshëm (GVB) për procesin e akreditimit të programit të studimit Master Shkenocr 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 eksperiencia të mëparshme në veprimtari të ngjashme vlerësuese.

Fillimisht GVB është mbledhur fillimisht 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 a fro 2 muaj, duke filluar nga data 12/07/2023 deri më datë 19/9/2023.

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 përgjegjësish 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 disa 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, përgjegjës të departamentit, anëtarëve të tjerë të departamentit, Jo-anëtarë të GVB-së, koordinatorit insitucional dhe strukturave të tjera të universitetit.

Vlerësimi i Programit të Studimit të Ciklit të Dytë Master i Shkencave
“Menaxhim Marketing”

I. OFRIMI I PROGRAMIT TË STUDIMIT MASTER SHKENCOR MENAXHIM MARKETING

Standardi I.1	
Institucioni i arsimit të lartë ofron programe studimi në përputhje me misionin dhe qëllimin e tij e që synon ruajtjen e interesave dhe vlerave kombëtare, si dhe në përputhje me strategjinë e zhvillimit, statutin dhe aktet e tjera rregullatore të tij	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. 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	<p>Universiteti “Aleksandër Moisiu”, Durrës ofron programin e studimit master profesional në “Menaxhim Marketing”, pranë Departamentit të Marketingut, në Fakultetin e Biznesit i cili nuk bie ndesh me interesat kombëtare, por përkundrazi, bazohet në një fushë bashkohore siç është marketingu, 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.</p> <p>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) ¹</p>
Kriteri 2. Programi i studimit hartohet dhe ofrohet në përputhje me qëllimet dhe misionin e institucionit, si dhe fushën e veprimtarisë.	<p>Programi i studimit master shkencor në “Menaxhim Marketing” është në koherencë të plotë me qëllimin dhe misionin e institucionit dhe një vlerë e shtuar për të, duke u mbështetur tërësisht në Statutin dhe Planin Strategjik të UAMD-së, por edhe Planit Strategjik të Departamentit. Ai synon më së shumti përgatitjen e specialistëve në fushën e biznesit dhe ekonomisë dhe i bën ata të jenë qytetarë aktivë në jetën ekonomike, politike dhe sociale të vendit. Programi perputhet me vizionin e institucionit për të qenë faktor vendimtar në “ekonominë e dijes”, nëpërmjet formimit të profesionistëve të rinj, të gatshëm të përballen me sfidat e tregut të punës dhe në të njëjtën kohë të shfrytëzojnë mundësitë që bota dhe tregjet ndërkombëtare ofrojnë për të krijuar një kulturë akademike e cila syon përgatitjen e shëndoshë të studentëve për një mjedis konkurrues në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar. (Evidenca 1) ²</p> <p>Departamenti i marketingut ofron programe studimi dhe kurrikul bashkohore në fushën e marketingut, duke i dhënë mundësi tregut</p>

¹ Evidenca 1: Plani i Zhvillimit Strategjik të UAMD 2020-2025, fq 4 - 5

² Evidenca 1: Plani i zhvillimit strategjik te UAMD, 2020 – 2025, fq 4 & 6

<p>Kriteri 3. Programi i studimit hartohet dhe ofrohet në përshtatje dhe në zbatim të strategjisë për zhvillim, të Statutit dhe Rregullores së Institucionit dhe në përputhje me fushat e drejtimeve akademike të Institucionit.</p>	<p>shqiptar për të patur profesionistë të aftë dhe të gatshëm që të drejtojnë sipërmarrjet në një ekonomi inovative. (Evidenca 3)³</p> <p>Bazuar në planet strategjike të institucionit 2016 – 2020 dhe 2020 - 2025, konstatohet se programit i studimit master shkencor në “Menaxhim Marketing” bazohet në misionin strategjik, qëllimet dhe objektivat strategjike për zhvillimin e institucionit. Ai konsiderohet një program bashkohor, në përputhje me nevojat e tregut të punës, të territorit, të shoqërisë dhe të studentit, pasi përcaktimi i fushave prioritare të studimit janë të identifikuara në interes të zhvillimit rajonal e kombëtar (Evidenca 1)⁴.</p> <p>Programi i studimit ofrohet duke u bazuar edhe mbi dokumenta të tjerë të rëndësishëm institucionalë siç janë statuti dhe rregullorja e institucionit, rregullorja e fakultetit të biznesit dhe dokumenta të tjerë të brendshëm mbi të cilat bazohet i gjithë aktiviteti i universitetit.</p> <p>Në statutin e institucionit përcaktohen qëllimet dhe misioni i tij ku thuhet mes të tjerash se: UAMD ka për qëllim zhvillimin e arsimit, kulturës, shkencës dhe ekonomisë, si dhe të përgatisë specialistë që përmbushin kërkesat e tregut shqiptar e ndërkombëtar të punës.</p> <p>Përmes programit të studimit synohet të formohen specialistë të lartë brenda disiplinës. Gjithashtu, njohuritë akademike integrohen më së miri me praktikë profesionale të drejtëpërdrejtë në sipërmarrje për të forcuar më tej kompetencat e studentëve në tregun e punës. (Evidenca 2)⁵, (Evidenca 4)⁶.</p>
<p>Kriteri 4. Programi i studimit hartohet e zhvillohet në përputhje me strategjitë kombëtare të zhvillimit, interesit kombëtar dhe prirjet globale të zhvillimit mbështetur në dokumentacionin përkatës vendas dhe atë ndërkombëtar.</p>	<p>Masteri shkencor në “Menaxhim Marketing” është hartuar duke patur parasysh zhvillimet e kohës, rritjen dhe diversitetin e sipërmarrjeve, si dhe avantazhet konkurruese që çdo biznes përpiqet t’i ofrojë në forma nga më të ndryshmet, duke përdorur teknika dhe strategji të ndryshme marketingu.</p> <p>Strategjia e mëparshme Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim 2015 – 2020 (SKZHI), si dhe ajo aktuale, Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim Europian 2021- 2030 (SKZHIE), parashikon që Inovacioni ka qenë dhe vazhdon të jetë një forcë shtytëse për rritjen e konkurrueshmërisë në Shqipëri. “Zonat e zhvillimit teknik dhe ekonomik” do të ofrojnë një nga parakushtet për kalimin nga modeli i sotëm ekonomik, i karakterizuar nga përdorimi i një force punëtore pak të aftë ose gjysmë të aftë dhe prodhim i produkteve me vlerë të vogël të shtuar, drejt një modeli zhvillimi të nxitur më shumë nga inovacionet dhe me bazë njohuritë. Për të siguruar një kalim të suksesshëm drejt zhvillimit inovator, do të duhet t’i kushtohet vëmendje rritjes së mbështetjes së ndërmarrjeve shqiptare që kërkojnë të modernizojnë teknologjinë e tyre. Rritja nëpërmjet shtimit të konkurrueshmërisë, ku kontribues i rëndësishëm është edhe marketingu, është një ndër 4 shtyllat kryesore të SKZHI-së. (Evidenca: SKZHI 2015- 2020, fq 31, fq 106 – 125,</p>

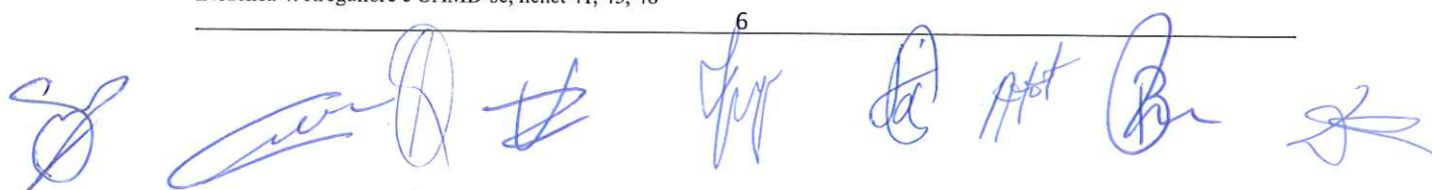
³ Evidenca 3: Plan Strategjik për Departamentin e Marketingut-2021 – 2025, fq 2 - 3

⁴ Evidenca 1: Plani i zhvillimit strategjik të UAMD, 2020 – 2025, fq 6

⁵ Evidenca 2 : Statuti i UAMD-së, neni 4, 59, 63, 64

⁶ Evidenca 4: Rregullore e UAMD-së, nenet 41, 45, 46

6



	<p>https://www.dap.gov.al/publikime/dokumenta-strategjik/278-strategjia-kombetare-per-zhvillim-dhe-integrim)</p> <p>Edhe ne SKZHIE marketing ka një rol të rëndësishëm në ekonominë blu dhe specifikisht në ndërtimin e një brand-i kombëtar për akuakulturën 'blu' në Shqipëri (Evidenca: SKZHIE 2021-2030, fq 102 – 104, https://konsultimipublik.gov.al/documents/RENJK_538_Draft-Strategjia-Kombetare-per-Zhvillim-dhe-Integrim-2021--2030-.pdf)</p> <p>Marketingu është një ndër aktivitetet kryesore që i shërben sektorëve strategjikë të ekonomisë shqipëtare si psh turizmit, prej të cilit vendi gjeneron të ardhura të konsiderueshme dhe punësim veçanërisht të të rinjve.</p> <p>Një ndër qëllimet strategjike të parashikuara në Strategjinë Kombëtare për Zhvillimin e Qëndrueshëm të turizmit 2019–2023, është edhe përmirësimi i imazhit të vendit dhe promovimi i produkteve autentike locale përmes një fushate të zgjuar marketing, promovimit të pasurive natyrore, historike e kulturore të Shqipërisë, duke përmirësuar imazhin ndërkombëtar të vendit e duke tërhequr më shumë vizitorë. (Evidenca: Strategjia Kombëtare për Zhvillimin e Qëndrueshëm të turizmit 2019–2023,Q.S.4,fq17)</p> <p>https://akt.gov.al/ep-content/uploads/2019/07/Strategjia-Kombetare-e-Turizmit-2019-2023.pdf</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht X

Standardi I.2	
Programi i studimit është në përputhje me fushën akademike të njësisë kryesore dhe bazë përgjegjëse për programin e studimit në institucion	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Institucioni demonstroi se ka përvojën, kapacitetet dhe burimet e duhura në fushën akademike specifike për ofrimin e një programi studimi në atë fushë.	Fakulteti i Biznesit (FB) dhe Departamenti i Marketingut plotësojnë kriteret ligjore në lidhje me numrin e personelit akademik si dhe të titujve/gradave shkencore. Anëtarët e departamentit të angazhuar në zhvillimin e programeve të studimit kanë eksperiencën dhe kompetencat e duhura në mësimdhënie, duke ju referuar si fushës dhe kualifikimeve arsimore, ashtu edhe eksperiencës profesionale ndër vite. 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

	<p>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 fushës përkatëse.</p> <p>Departamenti synon që përmes stafit akademik me kohë të plotë dhe të pjesshëm, të rrisë në maksimum cilësinë e mësimdhënies, duke synuar që të shdërrohet në një vlerë të shtuar jo vetëm i fakultetit të biznesit, pjesë e së cilit është, por edhe i universitetit në tërësi. Departamenti mbështet fuqimisht rritjen e nivelit akademik, duke nxitur marrjen e gradave dhe kualifikimin shkencor të anëtarëve të stafit të tij. Kështu, në vitin akademik 2022-2023, departamenti ka 4 anëtarë me titullin akademik “Profesor i Asociuar”, 5 anëtarë me gradën shkencore “Doktor Shkencash” dhe 2 anëtarë të cilët janë aktualisht në proces Doktorature. Nisur nga kjo përbërje, mund të konsiderohet një arritje në këtë drejtim, krahasuar me vitin 2013 – 2014 ku departamenti kishte 8 anëtarë me kualifikim kryesisht të nivelit Master shkencor. Nisur nga kjo përbërje, mund të konsiderohet një arritje në këtë drejtim, krahasuar me vitin 2013 – 2014 ku departamenti kishte 8 anëtarë me kualifikim kryesisht të nivelit Master Shkencor.</p> <p>Gjatë vitit akademik 2021 – 2022 u miratua hapja e një departamenti të ri në Fakultetin e Biznesit, konkretisht: Departamenti i Statistikës dhe Informatikës së Zbatuar. Nisur nga ky ndryshim, si dhe duke ju referuar profilit dhe lëndëve përkatëse, 4 prej lektorëve me kohë të plotë të departamentit të marketingut, kaluan pranë këtij departamenti gjatë vitit 2022 – 2023 (Evidenca 7)⁷.</p> <p>Gjithashtu, edhe lektorët me kohë të pjesshme janë një vlerë e shtuar e departamentit pasi vijnë kryesisht nga fusha të biznesit apo institucioneve të tjera, por edhe universiteteve të tjera shqiptare dhe rajonale me përvojë të lartë në fushën e menaxhimit dhe marketingut.</p> <p>(Evidenca 5)⁸ (Evidenca 6)⁹ (Evidenca 8)¹⁰ (Evidenca 3)¹¹</p>
<p>Kriteri 2. Fusha e përgjithshme dhe specifike e programit të studimit duhet të jetë në përputhje me fushën akademike e kërkimore të njësisë kryesore, përgjegjëse për programin e studimit, sipas klasifikimit/kodifikimit të programeve të studimit sipas direktivave dhe udhëzimeve kombëtare e evropiane,</p>	<p>Sipas Kornizës Shqiptare të Kualifikimit ky program studimi është i nivelit 6A dhe siguron kualifikime e specializime për menaxherë dhe specialistë të lartë. Fusha e përgjithshme dhe specifike e programit të studimit, si dhe emërtesa e këtij programi master shkencor në “Menaxhim Marketing” është në përputhje me fushën akademike e kërkimore të Njësisë Kryesore (Fakulteti i Biznesit).</p> <p>Së fundmi, Institucioni ka propozuar kodifikimin e programeve të studimit bazuar në Udhezim nr 31 dt 15.11.2022 “Per procedurat per kodifikimin e programeve te studimit te ofruara nga IAL ne Republiken e Shqiperise”, si dhe bazuar në VKM Nr. 310, dt 11.05.2022 “Per specififikimet dhe permbajtjen kodifikimin e</p>

7 Evidenca 7: Vendim Bordi dhe Senati per hapjen e Departamentit te Statistike dhe Informatike e Zbatuar

8 Evidenca 5 : Staf i akademik i Departamentit të Marketingut per vitet 2013 – 2023

9 Evidenca 6: Staf i Akademik i Departamentit Marketing me fushat specifike

10 Evidenca 8: Staf i akademik i angazhuar ne Msc MM, FT + PT]

11 Evidenca 3: Plani Strategjik i Departamentit Marketing 2021 - 2025, fq 2, fq 3, pikat e forta

	<p>programeve te studimeve te ofruara nga IAL ne Republiken e Shqiperise". (Evidenca 9)¹²</p> <p>Përpara hyrjes në fuqi të bazës ligjore të mësipërme mbi kodifikimin e programeve, në UAMD ishte percaktuar kodifikimi i programeve të studimit bazuar në kornizën shqiptare të kualifikimeve dhe tabelën e kodifikimit të hapësirës evropiane "International Standart Classification of Education ISCED (F-2013). (Evidenca 10)¹³, (Evidenca 11)¹⁴, (Evidenca 6)¹⁵.</p>
<p>Kriteri 3. Fusha e përgjithshme dhe specifike e programit të studimit duhet të jetë në përputhje me fushën akademike e kërkimore të njësisë bazë, përgjegjëse për programin e studimit. Në rastet e programeve ndërdisiplinore, të paktën një nga njësitë bashkëpunuese duhet ta sigurojë këtë përputhje.</p>	<p>Fusha e përgjithshme dhe specifike e programit të studimit master shkencor në Menaxhim Marketing është në përputhje me fushën akademike dhe kërkimore të njësisë bazë, duke siguruar një përshtatje të plotë me kuadrin ligjor dhe drejtimin akademik dhe kërkimor që ofron departamenti.</p> <p>(Evidenca 12)¹⁶ (Evidenca 11)¹⁷ (Evidenca 6)¹⁸</p>
<p>Kriteri 4. Në rastet kur institucioni ofron program "Master profesional" në një drejtim specifik, jashtë profilit të institucionit, cilësia e tij garantohet nga institucionet partnere.</p>	
<p>Kriteri 5. Institucioni i arsimit të lartë ofron trajnime profesionale të mëtejshme për studentët e diplomuar në bashkërendim me punëdhënësit.</p>	<p>Universiteti "Aleksandër Moisiu" ka në strukturën e tij Sektorin e Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës, për të koordinuar të gjithë punën në aspektin e vlerësimit të mundësive të punësimit dhe suportit insitucional të studentëve dhe të diplomuarve. Kjo strukturë, ka 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. 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 pëpilimit 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 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. (Evidenca 13)¹⁹</p> <p>Nëpërmjet vendosjes së kontakteve me firma apo kompani të ndryshme private të cilat operojnë në tregun e punës ajo 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</p>

¹² Evidenca 9: Kodifikimi i programeve, Vendim Departamenti

¹³ Evidenca 10: Tabela e kodifikimit perpara hyrjes ne fuqi te bases ligjore

¹⁴ Evidenca 11: Krijimi i grupeve mesimore dhe kerkimore nder vite dhe lektoret perkates

¹⁵ Evidenca 6: Staf i akademik i dept marketing me fushat specifike

¹⁶ Evidenca 12: Rregullore e programit master shkencor MM

¹⁷ Evidenca 11: Krijimi i grupeve mesimore dhe kerkimore nder vite dhe lektoret perkates

¹⁸ Evidenca 6: Staf i akademik i dept marketing me fushat specifike

¹⁹ Evidenca 13: Rregullore e Sektorit te Komunikimit, Alumnit dhe Karrieres ne UAMD

	<p>kontabilitetit etj, duke arritur rezultate të kënaqshme në përfshirjen e studentëve, nëpër këto kompani Trajnimet ofrohen edhe nga eksperte të fushes në treg, të cilët ftohen nga pedagogë të departamentit për të dhënë eksperiencën e tyre për studentët aktualë dhe ata të diplomuar, ku përmes njoftimeve në auditore, me postë elektronike apo përmes rrjeteve sociale, mundësohet pjesëmarrja e të intesuarve (Evidenca 17)²⁰, (Evidenca 15)²¹.</p> <p>Gjithashtu, për të tretin vit radhazi, Fakulteti Biznesit organizon me pjesëmarrjen e mbi 150 subjekteve Panairin e Punës dhe Karrierës, e cila është një mundësi shumë e mirë zhvillimi dhe intergrimi për punësimin e studentëve, pas dhe gjatë kohës së tyre të studimit (Evidenca 14)²². (Evidenca 16)²³</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi I.3	
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 aftësimin profesional, kërkimit shkencor dhe mobilitetit	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. Institucioni për hartimin, mbikëqyrjen dhe mbarëvajtjen e programit, siguron marrëdhënie të frytshme bashkëpunimi brenda institucionit nëpërmjet ndarjes së detyrave mes njësive e personelit, marrjes së përgjegjësiive përkatëse dhe analizës së vazhdueshme të punës së tyre.</p>	<p>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.</p> <p>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 për çështje të publikimeve, aktiviteteve, të dhënave të punësimin 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 njësive dhe strukturave brenda institucionit bazohet edhe në Rregulloren për qarkullimin dhe arshivimin e dokumentacionit të brendshëm në UAMD. (Evidenca 18)²⁴</p>

²⁰ Evidenca 17: Trajnime nga eksperte të fushes së marketingut

²¹ Evidenca 15: Trajnime nga kompani private

²² Evidenca 14: Panairi i punës në Uamd 2021 - 2023, foto + axhende

²³ Evidenca 16: UAMD Udhezues nga Qendra e Karrierës dhe Alumni

²⁴ Evidenca 18: Rregullorja për Qarkullimin dhe Arshivimin e dokumentacionit të brendshëm në UAMD

	(Evidenca 19) ²⁵ (Evidenca 2) ²⁶
Kriteri 2. Për realizimin e objektivave të 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.	<p>UAMD është një institucion aktiv në drejtim të krijimit të partneriteteve me aktorë të huaj dhe vendas, 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.</p> <p>Vitet e fundit janë nënshkruar një sërë marrëveshjesh të reja me institucione të arsimit të lartë dhe jo vetëm dhe janë rinovuar disa marrëveshje ekzistuese që kanë kryesisht si objektiv kryesor kryerjen e praktikave të punës për të integruar studimet akademike me përvojën e punës, bashkëpunime në kuadër të përvojave kërkimore shkencore, shkembime studentore dhe stafit akademik në kuadër të programit Erasmus +, bashkëpunim dhe shkembime në programe ndërkombëtare të arsimit të lartë etj.</p> <p>UAMD ka aplikuar në një projekt të infrastrukturës së kërkimit shkencor të shpallur nga AKSHI dhe ka rezultuar fitues në projektin “Ndërtimi i laboratorit për kërkim shkencor të studentëve të doktoraturës” pranë fakultetit të Biznesit. (Evidenca: https://arsimi.gov.al/wp-content/uploads/2023/05/12-M_2022-Aneksi-5-Invetimet-Raport-12_Mujor-2022- FN-15.2.2023-Excel.pdf)</p> <p>(Evidenca 20)²⁷ (Evidenca 21)²⁸ (Evidenca 22)²⁹ (Evidenca 25)³⁰</p>
Kriteri 3. 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. dhe bashkëpunon me punëdhënësit për kryerjen dhe mbikëqyrjen e praktikës, për realizimin e kërkimeve shkencore dhe mobilitetit të personelit akademik dhe studentëve.	<p>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 masterit shkencor, por edhe të cikleve të tjera të studimeve. (Evidenca 23)³¹</p> <p>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 20)³².</p> <p>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</p>

²⁵ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit, nenet 7 – 8, 10 – 25

²⁶ Evidenca 2: Statuti i UAMD-së, neni 8, 24, kreu II

²⁷ Evidenca 20: Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit

²⁸ Evidenca 21: Marrëveshje Bashkëpunimi UAMD 2021 - 2022

²⁹ Evidenca 22: Raporti 2020 - 2021 mbi marrëveshjet e bashkëpunimit dhe ndërkombëtarizimi, fq 8, 12,14,16 – 19

³⁰ Evidenca 25: Analiza vjetore e UAMD 2021-2022, fq 39 - 42

³¹ Evidenca 23: Marrëveshjet e bashkëpunimit të departamentit marketing

³² Evidenca 20: Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit

	<p>studentë. Fakulteti i Biznesit është pjesë e marrëveshjeve bilaterale me 22 universitete të tjera ndërkombëtare në kuadër të programit të BE-së për arsimin e lartë Erasmus +, për shkëmbime të stafit akademik/administrativ dhe studentëve, duke shënuar rritje të pjesëmarrjes nga viti në vit.</p> <p>(Evidenca 24)³³, (Evidenca 25)³⁴.</p>			
<p>Kriteri 4. 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</p>	<p>Në Analizën Vjetore të Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut pasqyrohen në mënyrë analitike, krahas të tjerave, edhe të gjitha aktivitetet që janë organizuar nga anëtarët e departamentit dhe që kanë për bazë bashkëpunimin me aktorët e tregut të punës me të cilët departamenti bashkëpunon rregullisht, në funksion të njohjes dhe përfitimeve që studentët mund të kenë në të ardhmen nga këto biznese/organizata. (Evidenca 26)³⁵</p> <p>Gjithashtu, edhe në Raportin e Vleresimit të fakultetit jepet informacion i detajuar mbi aktivitetet dhe bashkëpunimin që departamentet kanë me organizata të ndryshme.</p> <p>(Evidenca 27)³⁶</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Nuk përmbushet</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>
				<p>X</p>

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

³³ Evidenca 24: Lista e Mobiliteteve te Stafit & Studenteve ne fakultetin e biznesit

³⁴ Evidenca 25: Analiza vjetore e UAMD-se 2021 – 2022, fq 40 - 42

³⁵ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022, fq 31-35

³⁶ Evidenca 27: RVB e fakultetit te biznesit 2020-2021, fq 33

II. ORGANIZIMI, DREJTIMI DHE ADMINISTRIMI I PROGRAMIT TË STUDIMIT TË CIKLIT TË DYTË MASTER SHKENCOR MENAXHIM MARKETING

Standardi II.1	
Programi i studimit organizohet në përputhje me parashikimet ligjore e nënligjore kombëtare në fuqi dhe akteve të brendshme rregullatore.	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. Elementet që përbëjnë strukturën e programit të studimit, veprimtaritë formuese, të vlerësuara në kredite, janë përcaktuar qartë në përputhje me legjislacionin vendas në fuqi dhe me Sistemin Evropian të Transferimit dhe Grumbullimit të Krediteve (ECTS).</p>	<p>Programi i studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” përmban elementë që respektojnë standardet më të mira kombëtare dhe ndërkombëtare të kurrikulës universitare, të përcaktimit të krediteve dhe të kriterëve të pranimit. Programi i studimit detajohet sipas planit mësimor i cili përkthen çdo lëndë specifike në orë dhe kredite. Kjo ngarkesë përkthehet në 3000 orë mësimore, një ngarkesë prej 300 orësh të praktikës profesionale e përkthyer në 12 kredite si edhe punë përgatitore për temën e diplomës/mikrotezës me një ngarkesë prej 325 orësh e përkthyer në 13 kredite (Evidenca 44)³⁷. Programi i studimit të ciklit të dytë Master Shkencor në “Menaxhim Marketing” është i organizuar në lëndë të vlerësuara me kredite, sipas Sistemit Evropian të Transferimit dhe Grumbullimit të Krediteve (ECTS). Sasia e krediteve që duhet të grumbullojë gjatë dy viteve të kohës së zgjatjes së studimeve një student që ndjek këtë program studimi me kohë të plotë është 120 kredite.</p>
<p>Kriteri 2. 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 Master Shkencor “Menaxhim Marketing” në Fakultetin e Biznesit, është konceptuar të pajisë studentin me shprehje të një menaxheri dhe marketeri.</p> <p>Programi i Studimeve të ciklit të dytë Master Shkencor “Menaxhim Marketing” është vijimësi e dy programeve të studimit të ciklit të parë “Menaxhim Marketing” dhe “Komunikim dhe Marketing Digjital”. Në këtë program studentët thellojnë më tepër njohuritë dhe eksperiencat të zhvilluara në bachelor si dhe marrin njohuri specifike në kurse të veçanta. Kjo gjë vihet re edhe në analizën që është bërë midis dy programeve të studimit në ciklin e parë të studimeve dhe programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” të zhvilluar në ciklin e dytë të studimeve (Evidenca 45)³⁸.</p> <p>Në Programin e Studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, studentët përgatiten për të performuar me cilësi të lartë dhe me sukses në tregun e punës, të zhvillojnë aftësinë për të ndërtuar dhe vlerësuar raporte të shkencës së ekonomike dhe marketing, të pajisen me njohuritë teorike mbi shkencën e marketingut duke i integruar këto njohuri me praktikën, të pajisen me kompetencat e duhura operative-praktike për analizën e realitetit të biznesit dhe jo vetëm në të cilin operojnë aktorët e tregut, t’i krijojnë hapësirat e nevojshme për kualifikimin e mëtejshëm akademik dhe shkencor, duke zgjeruar mundësitë e tyre për përshtatjen me tregun e punës, të zhvillojnë aftësinë e zhvillimit të fushatave marketing etj. Ky program ofron mundësi të mëtejshme studimi në programet e studimit: Doktoraturë në profilin “Menaxhim Marketing” (Evidenca 46)³⁹, (Evidenca 47)⁴⁰. Nga ana tjetër, sipas nenit 2 të rregullores së Programit të Studimit Master Shkencor</p>

³⁷ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim

³⁸ Evidenca 45: Analize e lidhjes së ciklit bachelor me master shkencor

³⁹ Evidenca 46: Objektivat e Msc Menaxh marketing

⁴⁰ Evidenca 47: Thirrje për aplikime për studentë të Ciklit të Tretë

	<p>“Menaxhim Marketing”, synohet përgatitja e specialistëve të marketingut, për të analizuar dhe vlerësuar situata të ndryshme të fenomeneve e dukurive të fushës së biznesit dhe menaxhimit të tyre. Po ashtu, edhe përgatitja e kualifikimit shkencor për studime doktorate të mëtejshme (Evidenca 12)⁴¹.</p>
<p>Kriteri 3. Programi i studimit ka të përcaktuara ngarkesën në kredite për realizimin e praktikës profesionale dhe të detyrimeve përmbyllëse.</p>	<p>Përgatitja e mikrotezës është pjesë e programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” si pjesë e lëndëve plotësuese sipas kategorizimit të lëndëve të përcaktuara në VKM nr. 41 datë 24.01.2018. Bazuar në planin mësimor dhe kurikulën e programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, të gjithë studentët e kanë të detyrueshme përgatitjen e mikrotezës sipas rregullores së përcaktuar (Evidenca 44)⁴².</p> <p>Përgatitja e mikrotezës realizohet në semestrin e dytë. Rregullorja për përgatitjen e saj është miratuar në departament dhe i vihet në dispozicion studentit që në fillim të vitit të dytë të masterit. (Evidenca 48)⁴³</p> <p>Ngarkesa e shprehur në kredite për realizimin e mikrotezës në këtë program studimi është 13 kredite.</p> <p>Studentët komunikojmë me pedagogët që i drejtojnë për punimin e mikrotezës nëpërmjet emailit dhe direkt. (Evidenca 49)⁴⁴. Një email informues me të dhënat e studentëve dhe pedagogëve me emailt përkatëse u dërgohet studentëve (Evidenca 49.1)⁴⁵.</p> <p>Studentët gjithashtu nëpërmjet një kërkesë shprehin dëshirën për të patur një pedagog që ata dëshirojnë në udhëheqje. (Evidenca 49.2)⁴⁶</p>
<p>Kriteri 4. Programet e ciklit të dytë “Master” në Mësuesi, që formojnë mësues të arsimit fillor janë plotësim i ciklit të parë Bachelor në arsimin Fillor. Programet Master në Mësuesi për formimin e mësuesve të arsimit të mesëm të ulët dhe të lartë organizohen si programe të ciklit të dytë të studimeve “Master”, sipas fushave përkatëse të formimit.</p>	
<p>Kriteri 5. Programet “Master” në fushën e mësuesisë organizohen me 120 kredite dhe duhet të përmbajnë 25 për qind të krediteve në shërbim të formimit të përgjithshëm psiko-pedagogjik. Programet “Master”, që formojnë mësues të së njëjtës fushë të mësuesisë, duhet të kenë së paku 80 për qind të kurikulës me përmbajtje të ngjashme.</p>	
<p>Kriteri 6. Forma e organizimit të studimeve, pranimi i studentëve dhe</p>	

⁴¹ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

⁴² Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim

⁴³ Evidenca 48: Rregullore e mikrotezës

⁴⁴ Evidenca 49: E-mail i komunikimit me student të MSH për temen e diplomes

⁴⁵ Evidenca 49.1: Lista e studentëve për udhëheqjet e mikrotezave të MSH dhe e-mail informues

⁴⁶ Evidenca 49.2: E-mail kërkesë nga studentë të MSH për udhëheqje diplome

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 në kuadrin ligjor të ministrisë përgjegjëse për arsimin.									
Kriteri 7. Programet e studimit, të ciklit të dytë Master, që ofrohen në të njëjtën fushë studimi, si dhe me të njëjtën emërtesë, duhet të kenë përmbajtje të ngjashme në nivel, së paku 70 për qind.	Programi Master Shkencor në “Menaxhim Marketing” ka një ngjashmëri rreth 70 për qind me programin e Master Shkencor në Marketing të ofruar nga Fakulteti Ekonomik, Universiteti i Tiranës. Programi i studimit i ngjashëm krijon një kredibilitet përkatës për universitetin dhe programin duke i ofruar më shumë mundësi studentëve të diplomuar. Nëpërmjet ruajtjes së këtij standardi, studentët kanë mundësi të barabarta për të zgjedhur universitetin e tyre të preferuar bazuar në faktorë të tjerë si reputacioni i universitetit, vëndndodhja, çmimi, mbështetja financiare etj, pa u shqetësuar se çfarë përmbajtje të ndryshme mund të ketë një program në një universitet tjetër. Gjithashtu, kjo u mundëson studentëve të transferohen nga një universitet në një tjetër. Ngjashmëria në këtë program ka mundësuar bashkëpunimin në fusha të përbashkëta të studimit dhe shkencës duke krijuar mundësi dhe partnership në organizimin e Konferencave studentore dhe në Konferencën e Marketingut (Evidenca 50) ⁴⁷ .								
Kriteri 8. 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.	Programi i studimit është i shoqëruar me një kod të veçantë i cili ndihmon në identifikimin dhe klasifikimin e lëndëve të programit në mënyrë standarde dhe të njohur nga institucionet arsimore. Përmes kodifikimit të lëndëve, programi bëhet i qartë dhe transparent për studentët dhe mundëson vlerësimin e tyre në kontekstin e arsimit të lartë (Evidenca 9) ⁴⁸ .								
Kriteri 9. 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.	Për momentin nuk ofrohet një diplomë duale, por jemi në përpjekje për ta finalizuar këtë projekt (Evidenca 51) ⁴⁹ .								
Shkalla e përmbushjes së standardit	<table border="1"> <tr> <td>Nuk përmbushet</td> <td>Përmbushet pjesërisht</td> <td>Përmbushet kryesisht</td> <td>Përmbushet plotësisht</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> </table>	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht				X
Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht						
			X						

Standardi II.2

Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush kërkesat ligjore dhe standardet e cilësisë për këto njësi.

Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet e përcaktuara në legjislacionin në fuqi, për organizimin dhe strukturën	Sipas ligjit, 80/2015 “Per arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në institucionet e arsimit të lartë në Republikën e Shqipërisë”, neni 25, departamenti ka në përbërje të tij mbi shtatë anëtarë, të punësuar me kohë të plotë, si personel akademik, nga të cilët 4 me tituj akademikë, 5 me grada shkencore dhe 2 në proces të studimeve doktorale.

⁴⁷ Evidenca 50: Programe te ngjashme ne Shqiperi

⁴⁸ Evidenca 9: Kodifikimi i programeve, Vendim Departamenti

⁴⁹ Evidenca 51: Komunikim me universitetin e Spanjes per diploma duale

akademike, stafet akademike vlerësimin dhe akreditimin.	Departamenti gjithashtu organizohet në grupe mësimore dhe në grupe të përhershme ose të përkohshme me karakter kërkimor-shkencor, në përputhje me llojin dhe misionin e institucionit (Evidenca 5) ⁵⁰ .			
Kriteri 2. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet e përcaktuara në legjislacionin në fuqi, duke angazhuar personel ndihmës akademik /administrativ për realizimin e praktikave mësimore, laboratorike e klinike, etj.	Në Fakultetin e Biznesit, funksionojnë 3 laboratorë të cilët përdoren nga studentët për kryerjen e anës praktike të orëve mësimore në lëndë të caktuara. (Evidenca 52) ⁵¹ . Më konkretisht, në rastin e Programit të Studimit të Ciklit të dytë Master Shkencor “Menaxhimin Marketing” studentët kryejnë disa orë mësimore në laborator në lëndën “Metodat e Kërkimit Shkencor”. Po ashtu ata mund t’i shfrytëzojnë këto laboratore për përpunimin e të dhënave në lidhje me detyrat e kursit/ projektet si dhe për përgatitjen e temës së diplomës/mikrotezës. Staf i ndihmës akademik, laborantët e IT, kanë rol të rëndësishëm për të mbështetur dhe ndihmuar studentët dhe stafin akademik të departamentit marketing në fushën e teknologjisë së informacionit (IT). Laborantët ndihmojnë studentët me këshillë dhe ndihmë praktike në përdorimin e pajisjeve dhe mjeteve të laboratorit të IT. Ata mund të ndihmojnë me instalimin e programeve dhe aplikacioneve, zgjidhjen e problemeve të teknologjisë dhe ofrimin e ‘tutorialeve’. Gjithashtu, laborantët ofrojnë këshilla teknike, resurse dhe ndihmë me zhvillimin e projekteve të studentëve të masterit. (Evidenca 2) ⁵²			
Kriteri 3. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin për çdo program studimi cakton një person në rolin e koordinatorit të programit të studimit, i cili është përgjegjës për ecurinë dhe zhvillimin e programit dhe praktikave profesionale në përputhje me objektivat e tij.	Koordinatori i programit të studimit Master Shkencor “Menaxhimin Marketing” është zgjedhur nga Njësia Bazë dhe është miratuar nga Njësia Kryesore. (Evidenca 53) ⁵³ , (Evidenca 54) ⁵⁴ . Koordinatori i programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” në mbledhje departamenti raporton në lidhje me ecurinë e programit, përmbushjen e objektivave, sfidat si edhe masat e marra për zgjidhjen e tyre.			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi II.3	
Programi i studimit është i detajuar, informues, i strukturuar dhe organizuar në përputhje me parashikimet dhe objektivat formuese të programit të ciklit të dytë.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Njësia kryesore/bazë, përgjegjëse për programin e studimit të ciklit të dytë, disponon informacionet e nevojshme për organizimin, strukturën dhe përmbajtjen e programit të studimit.	Njësia Bazë përgjegjëse për Programin e Studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, nuk e organizon mësimin në module, por vetëm në lëndë semestrale. Si rrjedhojë kurikula e programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” ka të përcaktuar elementët e mëposhtëm: <ul style="list-style-type: none"> • Lëndët e programit të studimit, të ndara në semestra; • Orët në auditor për secilën lëndë; • Orët për përgatitjen e studentit;

⁵⁰ Evidenca 5: Staf i Akademik i Departamentit Marketing per vitet 2013 - 2023

⁵¹ Evidenca 52: Foto të laboratorëve dhe auditoreve

⁵² Evidenca 2: Statuti i UAMD, neni 52 dhe 54

⁵³ Evidenca 53: Memo e Departamentit për koordinatorët e Masterit.pdf

⁵⁴ Evidenca 54: Rregullore e Departamentit Marketing

	<ul style="list-style-type: none"> • Totali i orëve • Kreditet për secilën lëndë <p>Gjithashtu, në kurrikul jepet edhe totali i orëve javore që zhvillohen në secilin semester. Në semestrin e parë studentët e programit të studimit të ciklit të dytë Master Shkencor “Menaxhim Marketing” kanë 38 orë mësimore në auditor në javë, të cilat përkthehen në 51 kredite dhe në semestrin e dytë kanë 32 orë mësimore në auditor, të cilat përkthehen në 69 kredite duke përfshirë edhe Praktikën Profesionale dhe detyrimin përmbyllës/Mikrotezën. (Evidenca 44)⁵⁵.</p>
<p>Kriteri 2. Programi i studimit përmban planin mësimor, ku përfshihet informacioni i nevojshëm për ndarjen e lëndëve në semestral, ngarkesën mësimore të lëndëve/moduleve, orët në auditor/jashtë auditorit.</p>	<p>Përmbajtja e planit mësimor dhe ndarja e lëndëve në semestrale janë të rëndësishme për organizimin dhe strukturën e programit Master Shkencor "Menaxhim Marketing". Kjo siguron që studentët të kenë një parashikim të qartë për oraret dhe ngarkesën mësimore të secilit semestër, duke ndihmuar në planifikimin e tyre të studimeve dhe të përfshihen në mënyrë efektive në lëndët/modulët e ofruara.</p> <p>Plani mësimor specifikon lëndët/modulët që ofrohen në çdo semestër të programit dhe rëndësinë e tyre në përmbajtjen e programit. Plani mësimor gjithashtu përcakton ngarkesën mësimore të lëndëve/moduleve në çdo semestër. Kjo përfshin numrin e orëve të nevojshme për të përmbushur qëllimet dhe objektivat e lëndës/modulit. Gjithashtu jep informacion për orët e përgjithshme të mësimit, të cilat zhvillohen në auditor dhe orët shtesë jashtë auditorit për studime të veçanta, projekte apo punë grupi.</p> <p>Koordinatori i programit vlerëson se plani mësimor i programit "Menaxhim Marketing" është i mire-organizuar dhe i përshtatshëm për qëllimet e programit. Mundësitë për studime jashtë auditorit dhe projekte të veçanta shtojnë vlerë të shtuar për programin duke siguruar njohuri dhe përvojë praktike në fushën e menaxhimit të marketingut (Evidenca 44)⁵⁶.</p>
<p>Kriteri 3. 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.</p>	<p>Kriteret e pranimit të kandidatëve në programet e ciklit të dytë të studimeve Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, janë shprehur qartë në nenin 27 të rregullores së këtij programi studimi. Kuotat, kriteret e pranimit dhe të përzgjedhjes së aplikantëve përcaktohen nga Departamenti i Marketingut dhe i përcillen Rektoratit, nëpërmjet Njësisë Kryesore. Më pas këto kuota dhe kriteret miratohen në Senatit Akademik dhe i përcillen ministrit të përgjegjës për arsimin e lartë.</p> <p>Meqënëse programi i studimeve Master Shkencor “Menaxhim Marketing” synon të jetë një cikël studimesh i hapur për të gjithë studentët që kanë një diplomë të ciklit të parë, të dytë ose të integruar në fushën e ekonomisë, ose fusha të tjera, të universiteteve të vendit ose të huaja, kandidatëve u ofrohet paketa e Masterit Shkencor “Menaxhim Marketing” ku përfshihen: plani mësimor, stafi akademik, koha e realizimit, koha e përgatitjes dhe mbrojtjes së mikrotezës.</p> <p>Kërkesa për pranimin në Masterin Shkencor në “Menaxhim Marketing” dorëzohet nga i interesuari, me firmë dhe protokollim në sekretari, përkundrejt lëshimit të një vërtetimi dorëzimi dhe 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 propozohet një Komision ad-hoc nga</p>

⁵⁵ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim

⁵⁶ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim

	<p>Përgjegjësi i Departamentit i cili miratohet nga Njësia Kryesore dhe ky komision ad-hoc vendos rregulla materiale dhe procedurale që do të zbatohet për realizimin e procesit konkret të pranimeve.</p> <p>Kandidati që nuk është përzgjedhur mund t'i drejtojë ankesë Dekanatit brenda 5 ditëve nga dalja e vendimit. Dekani, nëse e sheh të drejtë, i propozon përgjegjesit të departamentit ngritjen e një komisioni rivlerësimi, vendimi i të cilit është i formës së prerë.</p> <p>Kandidati që nuk ka fituar një herë mund të konkurrojë përsëri në vitin e ardhshëm.</p> <p>Institucioni i Arsimit të Lartë UAMD, Njësia Kryesore e FB-së në përgjithësi dhe Njësia Bazë (Departamenti Marketing) në veçanti ofrojnë mundësi për njohjen e krediteve dhe transferimin e studimeve, midis programeve të të njëjtit cikël studimi, brenda UAMD- së apo institucioneve të ndryshme të arsimit të lartë. (Evidenca 55)⁵⁷</p>
<p>Kriteri 4. Programi i studimit përmban informacionet e nevojshme për programet lëndore (syllabuset) për secilën lëndë për praktikant, seminarin apo orët e laboratorit, si dhe të gjithë komponentët formues të programit brenda dhe jashtë auditorit në përputhje me formatet e miratuara.</p>	<p>Bazuar në nenin 52 të rregullores së FB-së, "Plani mësimor dhe kurrikula e studimeve pasqyrojnë periudhën kohore (semestrin dhe vitin akademik) të zhvillimit të secilës prej lëndëve të programit të studimit (Evidenca 19)⁵⁸.</p> <p>Programi i studimit përmban informacionet e nevojshme për programet lëndore (syllabuset) për secilën lëndë. Syllabusi për secilën lëndë jep detajet e qëllimeve të lëndës, përmbajtjes, metodologjisë mësimore, literaturën bazë dhe të rekomanduar si dhe mënyrën e vlerësimit të studentëve.</p> <p>Gjithashtu, programi i studimit përcakton formatet e miratuara për realizimin e komponentëve të programit, përfshirë kohën e mësimin në auditor dhe jashtë auditorit. Kjo siguron një strukturë të qartë dhe të përshtatshme për organizimin e aktiviteteve mësimore dhe për të arritur qëllimet e programit.</p> <p>Përmbajtja e syllabuseve dhe informacioni i detajuar për komponentët formues të programit të studimit janë të rëndësishme për të siguruar që studentët të kenë një kuptim të qartë dhe të plotë për çdo lëndë dhe për aktivitetet e nevojshme për të përmbushur qëllimet e programit. Kjo ndihmon në organizimin e mësimdhënies dhe në sigurimin e një përvoja të suksesshme studimore për studentët. (Evidenca 50)⁵⁹, (Evidenca 56)⁶⁰, (Evidenca 44)⁶¹</p>
<p>Kriteri 5. 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 në shqip dhe anglisht.</p>	<p>Përmirësimi i programit të studimit dhe përditësimi i tij të vazhdueshëm është një praktikë e rëndësishme e Departamentit të Marketingut për të siguruar që programi të reflektojë ndryshimet në fushën e studimit dhe për të përgatitur studentët për sfidat dhe mundësitë e reja në industrinë e menaxhimit të marketingut. Kurrikula e programit të studimit Master Shkencor "Menaxhim Marketing" ka bërë përmirësime duke futur lëndë të reja ose duke hequr lëndë të mëparshme të cilat nuk ishin aq aktuale në lidhje me nevojat që kanë specialistët marketing në tregun e punës por</p>

⁵⁷ Evidenca 55: Kriteret e pranimit 2022 - 2023

⁵⁸ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

⁵⁹ Evidenca 50: Syllabuset e lendeve të MSH për vitin 2022 - 2023

⁶⁰ Evidenca 56: Suplementi i diplomes

⁶¹ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim

	gjithmonë duke mos e kapërcyer kufirin prej 20% që parashikon ligji i Arsimit të Lartë Neni 35, Pika 1. (Evidenca 117: Studimi i tregut) (Evidenca 57) ⁶² , (Evidenca 50) ⁶³ .			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi II.4	
Struktura dhe organizimi i programit të studimit është në përputhje me objektivat formuese, nivelin e kualifikimit sipas Kuadrit Kombëtar dhe Evropian të Kualifikimeve, rezultateve të të nxënit, kompetencave në përputhje me kërkesat e tregut të punës.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Emërtimi, përmbajtja e veprimtarive, shpërndarja e lëndëve dhe praktikave, mundësojnë, thellim të njohurive dhe aftësive për studime të mëtejshme dhe/ose punësimin e studentëve.	<p>Veprimtaritë formuese të programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” janë ndërtuar të tilla që të mundësojnë, thellim të njohurive dhe aftësive për studime të mëtejshme dhe/ose punësimin e studentëve. Sipas nenit 8, pika 4 e rregullores së Masterit Shkencor “Menaxhim Marketing”, me qëllim lehtësimin e integritit të studentëve të diplomuar pranë UAMD-së në tregun e punës dhe për studime në ciklin e tretë të doktoratës, Brenda dhe jashtë vendit. (Evidenca 12)⁶⁴. 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.</p> <p>Forma e realizimit, vlerësimi 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. (Evidenca 58)⁶⁵ (Evidenca 41.1)⁶⁶, (Evidenca 41.2)⁶⁷</p>
Kriteri 2. 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 dhe kërkimit shkencor.	<p>Lëndët e kurrikulës së programit të studimeve Master Shkencor “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 vitin e parë studenti merr 58 kredite (ETCS) nga orët në auditor. Në vitin e dytë merr 62 kredite (ETCS) nga orët në auditor, nga të cilat 12 kredite (ETCS) nga Praktika Profesionale dhe 13 kredite (ETCS) nga mikroteza.</p> <p>Lëndët kanë sasi kreditesh të ndryshme, duke variuar nga 4 kredite në 7 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. Studenti përgjatë një semestri për çdo lëndë merr informacion për 13-14 tema mësimore.</p> <p>Detyrimi për të realizuar një detyrë kursi/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</p>

⁶² Evidenca 57: Kurrikula para dhe pas riorganizimit

⁶³ Evidenca 50: Syllabuset e lendeve te MSH per vitin 2022 - 2023

⁶⁴ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

⁶⁵ Evidenca 58: Ecuria nder vite e programit te studimit MSH Menaxh Marketing

⁶⁶ Evidenca 41.1: Punesime dhe gjurmimi i tyre Master Shkencor Menaxhim Marketing

⁶⁷ Evidenca 41.2: Pyetesor per Studentet Master Qershor 2023

	<p>aftësitë e komunikimit, prezantimit, dhe të të punuarit në grup. Vlerësimi i studentit me anën e dy provimeve (provimi i ndërmjetëm realizuar javën e VII ose të VIII dhe provimi përfundimtar realizuar javën e XV ose XVI) për çdo lëndë mban në çdo moment studentët të angazhuar në përvetësimin e materialit si dhe i ndihmon ata që të vlerësohen pjesërisht. (Evidenca 44)⁶⁸</p>
<p>Kriteri 3. Struktura e programit, lëndët, raporti teori praktikë është në përputhje me profilin e programit të studimit dhe e përafërt me programe të ngjashme ndërkombëtare. Në rastet e programit të studimit “Master Profesional”, ky program duhet të sigurojë aftësi, kompetenca dhe formim të thelluar profesional.</p>	<p>Struktura e programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” është unike për Shqipërinë për vetë ndërthurjen e dy profileve (menaxhim dhe marketing) që ajo ofron dhe tenton të mbulojë nevojat në tregun e punës. Natyra e lëndëve të ofruara dhe ngarkesa e tyre në 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 eksperiencat ndërkombëtare nga vende të zhvilluara (Evidenca 59)⁶⁹.</p>
<p>Kriteri 4. 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>Në programin e studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, të gjitha lëndët kanë raportin 2/3:1/3 që do të thotë 2/3 e orëve në auditor janë leksione dhe 1/3 e orëve në auditor janë seminare. Lektori 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.</p> <p>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.</p> <p>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/mikrotezës. Kjo i ka ndihmuar studentët të kenë lehtësira në njohjen dhe ekuivalentimin e diplomës së tyre (Evidenca 24)⁷⁰, (Evidenca 41.1)⁷¹.</p>
<p>Kriteri 5. 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 Master Shkencor “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 nxënësve, 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. 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 literatura bazë e</p>

⁶⁸ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim

⁶⁹ Evidenca 59: Programe të ngjashme në rajon

⁷⁰ Evidenca 24: Lista e Mobiliteteve të Stafit & Studenteve në fakultetin e biznesit

⁷¹ Evidenca 41.1: Punësime Master Shkencor Menaxhim Marketing

	<p>detyrueshme është e miratuar në Njësinë Bazë sipas Rregullores së Këshillit të Botimeve. Literatura pasi miratohet në department i përcillet Njësisë Kryesore. Ajo ndodhet në bibliotekat e Fakultetit dhe Universitetit, si dhe një kopje në department. Edhe ciklet e leksioneve dhe prezantimet power point ndodhen në bibliotekat e përmendura më sipër dhe në department. (Evidenca 60)⁷², (Evidenca 61)⁷³, (Evidenca 50)⁷⁴, (Evidenca 116)⁷⁵.</p>
<p>Kriteri 6. Përmbajtja e programit të studimit garanton përfitim e dijeve, aftësive dhe kompetencave të synuara.</p>	<p>Kombinimi i lëndëve të specializuar, trajnimeve praktike dhe projekteve aplikative siguron njohuritë teorike të përputhura me zhvillimet aktuale të tregut. Programi fokusohet në zhvillimin e aftësive analitike, kreativitetit, strategjive të marketingut dhe menaxhimit të markave për të përgatitur studentët për sfidat e bëra nga industritë dhe organizatat e marketingut. Në këtë kontekst, programi i studimit ka disa elemente të rëndësishëm që përfshijnë:</p> <p>Kurse të avancuara në Menaxhim Marketing: Pjesa e parë e programit ofron kurse të avancuara të marketingut, duke përfshirë analizën e tregut, strategjinë e markës, segmentimin e tregut, etj.</p> <p>Tendencat dhe Inovacionet në Marketing: Studentët do të jenë në gjendje të njohin dhe të përdorin teknologjitë dhe strategjitë e fundit për të përmirësuar performancën e marketingut.</p> <p>Analiza e Tregut dhe Përdorimi i të Dhënave: Kjo përfshin analizën e të dhënave të shitjeve, analizën e konkurrencës, dhe përdorimin e instrumenteve të analizës së tregut.</p> <p>Komunikimi dhe Strategjitë e Marketingut: Studentët do të zhvillojnë njohuri të thella mbi strategjitë e komunikimit dhe promovimit të markave. Këto lëndë do t'u lejojnë të kuptojnë se si të ndërtojnë dhe të menaxhojnë fushata të suksesshme marketingu.</p> <p>Programi fokusohet gjithashtu në aspektet e marketingut digjital, duke përfshirë publicitetin në internet, strategjitë e mediave sociale, SEO etj. Studentët zhvillojnë aftësi për të përdorur platformat dhe kanale e-marketingut për të arritur audiencën e tyre.</p> <p>Strategjitë e Shitjes dhe Marrëdhëniet me Klientët: Programi trajton strategjitë e shitjes dhe marrëdhëniet me klientët. Studentët mësojnë të zhvillojnë strategji për të rritur shitjet dhe për të krijuar lidhje të gjata dhe të suksesshme me klientët e tyre.</p>
<p>Kriteri 7. Përmbajtja e programit të studimit mundëson vijimin e mëtejshëm të studimeve dhe/ose punësimin e studentëve në përshtatje me pritshmëritë e kërkesat e tregut e punës.</p>	<p>Përmbajtja e programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” synon përgatiten e specialistëve të marketingut, për të analizuar dhe vlerësuar situata të ndryshme të fenomeneve e dukurive të fushës së biznes-bërjes dhe menaxhimit të tyre. Ky program mundëson punësimin në sektorin publik e privat të ekonomisë apo edhe në kompani, biznese por sigurisht edhe në institucione kërkimore dhe politikë-bërëse. (Evidenca 41.1)⁷⁶, (Evidenca 41.2)⁷⁷.</p> <p>Gjithashtu, studentët e Menaxhim Marketing kanë mundësinë të thellojnë dijet e tyre në ciklin e tretë të doktoraturës. (Evidenca 47)⁷⁸</p>

⁷² Evidenca 60: Rregullore e këshillit të botimeve

⁷³ Evidenca 61: E-mail per perditesimin e syllabus dhe relacioni per ndryshimin e tyre

⁷⁴ Evidenca 50: Syllabuset e lendeve te MSH per vitin 2022 - 2023

⁷⁵ Evidenca 116: Vendim Rektorati per ndryshimin e syllabuseve

⁷⁶ Evidenca 41.1: Punesime dhe gjurmimi i tyre Master Shkencor Menaxhim Marketing

⁷⁷ Evidenca 41.2: Pyetesor per Studentet Master Qershor 2023

⁷⁸ Evidenca 47: Thirrje per aplikime per studente te Ciklit te Trete

	<p>Njësia Bazë dhe ajo kryesore, si edhe 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. Edhe zhvillimi i Panairit të Punës & Karrierës (3 edicione) i organizuar nga Fakulteti i Biznesit ku kanë marrë pjesë mbi 400 biznese dhe institucione publike ka qenë një mundësi konkrete e kontakteve të drejtperdrejta (nëpërmjet intervistave dhe dorëzimit të CV) të studentëve me institucionet publike dhe private.</p> <p>https://www.instagram.com/tv/ÇZ_trZF_fP/?utm_source=ig_web_copy_link (Evidenca 20)⁷⁹, (Evidenca 14)⁸⁰.</p>			
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>Kriteri 1. 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>Njësia Bazë përgjegjëse për Programin e Studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, analizon mbi bazë departamenti, ecurinë e programeve të studimeve, duke përfshirë në to mendimin dhe opinionin e lektorëve, studentëve dhe bizneseve lidhur me programin e çdo lënde të zhvilluar te ky program studimi. Bazuar në opinionet dhe mendimet e marra, Departamenti i Marketing-ut programon politika dhe ndërmerr masa për zhvillimin e mëtejshëm të programeve të studimit duke përfshirë këtu edhe ndryshime të mundshme të syllabuseve sipas lëndëve ose zëvendësim të një lënde me një lëndë më specifike. Këto sugjerime që vijnë gjatë diskutimeve formale në leksionet e hapura ose në forumet biznes-universitet, materializohen në ndryshime në syllabuse dhe/ose kurrikula: Links të aktiviteteve me partnere të ndryshëm të departamentit/fakultetit:</p> <p>https://www.instagram.com/p/Csl-z77tuzH/ https://www.instagram.com/p/Csq7XddNnPE/?img_index=1 https://www.instagram.com/p/CtJb7RgNYOA/ https://www.instagram.com/p/CqZ7tSFN-No/?img_index=1</p> <p>Në përputhje me zhvillimin e tregut por edhe të kërkesave të partnerëve Departamenti Marketing është në zhvillim të vazhdueshëm të kurrikulës së programit të tij Msc. 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 strukturat duke i paraqitur kërkesën e miratuar në departament. Strategjia e implementimit të programit të përmirësuar të studimit mbështeten dhe në studimet periodike të tregut që departamenti i</p>

⁷⁹ Evidenca 20: Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit

⁸⁰ Evidenca 14: Panairi i Punës nw UAMD 2021 - 2023, foto & axhendw

	<p>marketingut organizon. (Evidenca 41.2)⁸¹, (Evidenca 42)⁸², (Evidenca 35)⁸³.</p> <p>Institucioni 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 Master Shkencor “Menaxhim Marketing” ka ftuar në department në mbledhjen ku do të trajtohej riorganizimi i programit të studimit edhe studentë që kishin mbaruar këtë program studimi por edhe studentë që ishin në vazhdim të tij. (Evidenca 12)⁸⁴</p>
<p>Kriteri 2. 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>Alumni janë një pjesë strategjike për promovimin e suksesit të UAMD. Ata ftohen të jenë pjesë e aktiviteteve të departamentit dhe në të njëjtën kohë ftohen të japin mendime dhe propozime mbi atë se çfarë shikojnë të mundshme për t’u përmirësuar në program. Alumni e Msc ftohen të zhvillojnë aktivitete dhe të ndajnë eksperiencën e tyre me studentët aktual. Ata janë zëri më i besueshëm për promovimin e programit dhe një element i rëndësishëm për përmirësimin e mëtejshëm të kurrikulës. (Evidenca 41)⁸⁵, (Evidenca 16)⁸⁶, (Evidenca 41.1)⁸⁷, (Evidenca 41.2)⁸⁸.</p>
<p>Kriteri 3. 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 (veçanërisht në fushën e mjekësisë) dhe institucione publike e private.</p>	<p>Departamenti Marketing siguron që programi i studimit të Msc Menaxhim Marketing të jetë i përditësuar dhe i përshtatur për të përmbushur nevojat e studentëve si dhe të jetë aktual me zhvillimet në shkencën e marketingut. Disa prej veprimeve që ndërmerret Departamenti Marketing për të përmirësuar dhe përditësuar programin e studimit janë:</p> <p>Monitorimi i Tendencave dhe Zhvillimeve të Tregut: Njësia përgjegjëse ndjek vazhdimisht zhvillimet e fundit në fushat e marketingut. Kjo përfshin përcjelljen e tendencave në treg, analizën e konkurrencës dhe njohjen e nevojave të punëdhënësve nëpërmjet studimeve, pjesëmarrjes në konferenca dhe trajnimeve të ndryshme të stafit akademik (Evidenca: Analiza vjetore e Departamentit Marketing).</p> <p>Bashkëpunimi me Profesionistët dhe Ekspertët e Fushave të Ndryshme: Njësia përgjegjëse bashkëpunon (nëpërmjet leksioneve të hapura dhe forumeve) me profesionistët dhe ekspertët e marketingut për të marrë vlerësimet e tyre mbi përmbajtjen dhe strukturën e programit. Këto informacione ndihmojnë në identifikimin e fushave të përforcimit dhe përshtatjen e materialeve të mësimdhënies.</p> <p>Konsultime dhe Anketime me Studentët: Njësia përgjegjëse zhvillon anketime dhe konsultime me studentët për të marrë vlerësimet e tyre mbi programin e studimit. Kjo u jep studentëve një mundësi për të shprehur nevojat dhe sugjerimet e tyre.</p> <p>Përditësimi i Materialeve Mësimore: Njësia përgjegjëse përditëson dhe përmirëson materiale mësimore për t'u përshtatur me zhvillimet e fundit në fushën e marketingut dhe menaxhmentit. Kjo mund të përfshijë përpilimin</p>

⁸¹ Evidenca 41.2: Pyetësor për Studentet Master, Qershor 2023

⁸² Evidenca 42: Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Master shkencor Menaxhim Marketing

⁸³ Evidenca 35: Kerkese nga studente për futjen e lendeve të reja në kurrikulën e MSC

⁸⁴ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM, Neni 1, pikat 3, 8 & 9

⁸⁵ Evidenca 41: Shoqata Alumni UAMD dhe Aktivitetet

⁸⁶ Evidenca 16: UAMD Udhezues nga Qendra e Karrierës dhe Alumni.pdf

⁸⁷ Evidenca 41.1: Punesime dhe gjurmimi i tyre Master Shkencor Menaxhim Marketing

⁸⁸ Evidenca 41.2: Pyetësor për Studentet Master Qershor 2023

	<p>e materialeve të reja, duke shtuar literaturë e re dhe përditësimin e syllabuseve. (Evidenca 61)⁸⁹, (Evidenca 116)⁹⁰</p> <p>Organizimi i Konferencave dhe Workshopeve: Njësia përgjegjëse organizon konferencën e përvitshme në shkencën e marketingut (ISCOIM) dhe workshope për të diskutuar zhvillimet e fundit në fushat e marketingut dhe menaxhmentit me ekspertët dhe studentët. Këto aktivitete ofrojnë një platformë për të ndarë njohuri dhe për të nxitur diskutime të sfidave dhe kërkesave të kohës. Aktivitetet e departamenti pasqyrohen në kohë reale në media sociale: https://www.instagram.com/departamenti_marketing_uamd/</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi II.6	
Programi i studimit garanton orientim në fushën e studimeve dhe kërkimit shkencor.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Programi i studimit përcakton qartë prioritetet dhe objektivat kryesorë të studimit dhe kërkimit shkencor në përputhje me objektivat madhorë të institucionit.	<p>Programi i studimit është i strukturuar për të përcaktuar prioritetet dhe objektivat kryesore të studimit dhe kërkimit shkencor. Ky proces është i ndërthurur me objektivat madhore të institucionit ku programi zhvillohet. Kjo siguron që programi të jetë i përshtatshëm dhe të kontribuojë në realizimin e misionit dhe vizionit të institucionit. Në këtë mënyrë, programi i studimit përgatit studentët për të kontribuar në fushën e tyre të interesit dhe për të përmbushur nevojat e tregut të punës.</p> <p>(Evidenca 12)⁹¹ (Evidenca 1)⁹² (Evidenca 56)⁹³</p>
Kriteri 2. Njësia kryesore/bazë nxit, bashkërendon dhe administron veprimtaritë e mësimdhënies, veprimtaritë kërkimore ose artistike, duke respektuar lirinë akademike të personelit akademik dhe fushën e veçantë të studimit.	<p>Departamenti i Marketingut siguron një mjedis nxitës për mësimdhënien, kërkimin dhe veprimtaritë sociale, duke u përpjekur të përshtatet me zhvillimet e fundit dhe të respektojë lirinë akademike të personelit akademik. (Evidenca 115)⁹⁴.</p> <p>Kjo e bën departamentin të përshtatshëm dhe të angazhuar në përgatitjen e studentëve dhe kontributin në fushën e marketingut. Disa prej veprimeve që Departamenti i Marketingut ndërmerr në këtë drejtim janë:</p> <p>Koordinimi i mësimdhënies së lëndëve dhe sigurohet që stafi akademik të ketë materiale mësimore të nevojshme dhe të përditësuara për të ofruar një përvojë mësimore cilësore. Gjithashtu nxit stafin për të marrë pjesë në mobilitetet por edhe në shkrimin e cikleve të leksioneve ndërkombëtare: https://www.instagram.com/p/CujxraGtYp6/ (Evidenca 114)⁹⁵, (Evidenca 113)⁹⁶.</p>

⁸⁹ Evidenca 61: E-mail per perditesimin e syllabus dhe relacioni per ndryshimin e tyre

⁹⁰ Evidenca 116: Vendim Rekorati per ndryshimin e syllabuseve

⁹¹ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

⁹² Evidenca 1: Plani i Zhvillimit Strategjik të UAMD 2020-2025

⁹³ Evidenca 56: Supplement diplome Master shkencor

⁹⁴ Evidenca 115: Publikime dhe konferenca shkencore stafi i departamentit

⁹⁵ Evidenca 114: Shpërndarja e orarit

⁹⁶ Evidenca 113: Thirrjet e institucionit per pjesemarrje ne Mobilitete

	<p>Mbështetje për kërkime dhe projekte të ndryshme kërkimore në fushën e marketingut. Kjo mbështetje mund të përfshijë ofrimin e burimeve të kërkimit, organizimin e konferencave, dhe bashkëpunimin me institucione dhe shoqata të tjera kërkimore (Evidenca 63)⁹⁷, (Evidenca 115)⁹⁸.</p> <p>Kordinimi i veprimtarive sociale dhe kulturore të përfshira në programin e studimit. Kjo përfshin organizimin e konkurseve dhe aktiviteteve të ndryshme extra-kurrikulare. Disa nga këto aktivitete janë pasqyruar dhe në media sociale: https://www.instagram.com/p/CtBrFf5N4JO/?img_index=1 https://www.instagram.com/p/Cs3KlqeN01V/?img_index=1 https://www.instagram.com/p/CkwNDiltX4G/ https://www.instagram.com/p/CeTuR0StRAz/?img_index=1 https://www.instagram.com/p/CZhiGCtpFt/?img_index=1</p> <p>Monitorimi dhe Vlerësimi i Performancës. Departamenti ndjek vazhdimisht performancën e mësimdhënies, veprimtarive kërkimore dhe sociale, dhe vlerëson efektivitetin e tyre për të përmirësuar cilësinë dhe impaktin e tyre (Evidenca 41.2)⁹⁹.</p> <p>Respektimi i Lirisë Akademike. Departamenti respekton lirinë akademike të personelit akademik, duke i lejuar atyre të zhvillojnë lirshëm hulumtime dhe shprehin idetë e tyre në fushën e marketingut dhe menaxhmentit (Evidenca 30)¹⁰⁰, (Evidenca 26)¹⁰¹.</p>
<p>Kriteri 3. Programi i studimit mundëson, nxit dhe motivon studentët të angazhohen në studime, projekte dhe aktivitete kërkimore.</p>	<p>Studentët e Masterit Shkencor nxiten dhe mbështeteten të marrin pjesë në konferenca të ndryshme shkencore brenda dhe jashtë vendit. Gjithashtu, ata njoftohen vazhdimisht nga stafi pedagogjik si dhe nga kanalet zyrtare të komunikimit për mundësitë e ofruara nga universitet partnerë për të zhvilluar studimet e tyre dokorale. Në të tre konferencat shkencore të organizuara nga departamenti marketing, studentët e Msc kanë marrë pjesë me punime cilësore dhe janë vlerësuar edhe me cmime. Një nga cmimet që akordohet në ISCOIM është pikërisht dhe cmimi i punimit të ri më të mirë. Postimet për cmimet gjenden në faqen zyrtare të Facebook të Departamentit Marketing. https://www.facebook.com/Departamenti-i-Marketingut-UAMD-1549040685409109/. (Evidenca 100)¹⁰²</p> <p>Gjithashtu studentët nxiten të marrin pjesë në konkurse për punimet shkencore më të mira si https://www.instagram.com/p/CkRLbuyt9Zn/ dhe në konferencë e përvitshme studentore. https://www.instagram.com/p/CqcuJTENkRY/</p> <p>Studentet janë angazhuar edhe në projekte me partnerë ndërkombëtarë.</p> <p>Një projekt i rëndësishëm ku morrën pjesë studentë të Fakultetit të Biznesit ishte ai “<i>Në fshat</i>”, i financuar nga GIZ në kuadër të programit Sustainable Rural Development (SRD). Studentët u ftuan të merrnin pjesë në këtë projekt kërkimor dhe nga Fakulteti i Biznesit u zgjodhen 10 studentë (2 studentë Msc Menaxhim Marketing) nga 40 në total nga të gjitha universitetet e Shqipërisë (Evidenca 64)¹⁰³.</p>

⁹⁷ Evidenca 63: Email nga përgjegjësi i departamentit për projektet e doktoratës

⁹⁸ Evidenca 115: Publikime dhe konferenca shkencore stafi i departamentit

⁹⁹ Evidenca 41.2: Pyetesor për Studentet Master Qershor 2023

¹⁰⁰ Evidenca 30: Formular vevlerësimi i performances Model

¹⁰¹ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

¹⁰² Evidenca 100: Libri i abstrakteve ISCOIM 2022

¹⁰³ Evidenca 64: Pjesëmarrja e studenteve në projektin “Në fshat”

	<p>Në aktivitetin e përvitshëm të konferencës ISCOIM, është anëtar i grupit të punës një student i Masterit Shkencor. Gjithashtu, student të tjerë të Msc. ftohen të jenë pjesë e aktivitetit ndërkombëtar shkencor, duke asistuar me procesin e regjistrimit të pjesmarrësve në konferencë, të përkthimit midis pjesmarrësve të huaj, të ndarjes së dosjes së konferencës, formatimit të punimeve etj. (Evidenca 100)¹⁰⁴.</p>			
<p>Kriteri 4. Për realizimin e aktiviteteve studimore, kërkimore e shkencore, njësia bazë mbështetet financiarisht nga institucioni dhe administron të ardhurat nga aktivitete të ndryshme.</p>	<p>Çdo fillim viti anëtarët e Departamentit Marketing përgatisin kërkesën për buxhet për vitin akademik në vazhdim, kërkesa të cilat shqyrtohen dhe miratohen nga Bordi i Administrimit të institucionit. (Evidenca 66)¹⁰⁵, (Evidenca 101)¹⁰⁶, (Evidenca 101.1)¹⁰⁷</p> <p>Gjithashtu, në UAMD kryhet edhe rimbursimi i botimeve me scopus, neni 5 i rregullores për menaxhimin e aktiviteteve kërkimore-shkencore. (Evidenca 65)¹⁰⁸.</p> <p>Në çdo fillim viti akademik stafi i departamentit të marketingut planifikon aktivitete të ndryshme kërkimore dhe sociale, të cilët përfshijnë dhe janë të dizenuar për t'i shërbyer studentëve të marketingut në përgjithësi dhe studentëve të Masterit Shkencor "Menaxhim Marketing" në veçanti. (Evidenca 3)¹⁰⁹. Të gjitha aktivitetet e organizura lancohen paraprakisht në faqet zyrtare të departamentit në Instagram & Facebook. Gjithashtu, gjatë dhe pas aktivitetit raportohet në formën e një përshkrimi qëllimi dhe objektivat e aktivitetit (Evidenca 26)¹¹⁰.</p> <p>https://www.facebook.com/Departamenti-i-Marketingut-UAMD-1549040685409109</p> <p>https://instagram.com/departamenti_marketing_uamd?utm_medium=copy_link (Evidenca 67)¹¹¹.</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Nuk përmbushet</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>
				<p>X</p>

<p>Standardi II.7 Programi i studimit garanton njohuri të thelluara, ndërkombëtarizim dhe kërkim shkencor.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi</p>
<p>Kriteri 1. Njësia përgjegjëse mbështet grupet lëndore dhe projektet kërkimore-shkencore të reja dhe siguron bashkëpunimin me struktura të tjera kërkimore për realizimin e objektiveve të programit të studimit në kërkim shkencor.</p>	<p>Departamenti Marketing ofron ndihmë dhe mbështetje për grupet lëndore të programit të studimit:</p> <p>Siguron ndihmë dhe këshilla për studentët që kryejnë projekte kërkimore-shkencore. Ajo ndihmon me organizimin e projekteve, përpilimin e propozimeve, dhe ofrimin e burimeve të nevojshme për hulumtimin. https://www.instagram.com/p/CqcuJTENkRY/)</p> <p>Siguron bashkëpunime me struktura të tjera kërkimore brenda ose jashtë institucionit. Ajo mund të koordinojë me departamente tjera, qendra</p>

¹⁰⁴ Evidenca 100: Libri i Abstrakteve - ISCOIM 2022pdf

¹⁰⁵ Evidenca 66: Projekt buxheti i konferencës

¹⁰⁶ Evidenca 101: Vendim Bordi nr.6, date 01.02.2023 per financimin e aktiviteteve

¹⁰⁷ Evidenca 101.1: PBA e departamentit

¹⁰⁸ Evidenca 65: Rregullore për menaxhimin e aktiviteteve kerkimore shkencore.pdf

¹⁰⁹ Evidenca 3: Plan Strategjik i Departamentit Marketing 2021 - 2025

¹¹⁰ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

¹¹¹ Evidenca 67: Thirrja nga UAMD per projektet kerkimore shkencore dhe te nderkombetarizimit

	<p>kërkimore, apo partnerë të tjerë për të arritur objektivat e programit të studimit. https://www.instagram.com/p/CoXOvYUNp0g/</p> <p>Ndjek vazhdimisht cilësinë e programit të studimit në kërkim shkencor. Ajo kryen vlerësime të rrjedhshmërisë së programit, vlerësimin e suksesit të studentëve dhe monitorimin e efektivitetit të projekteve kërkimore. (Evidenca 41.1)¹¹², (Evidenca 41.2)¹¹³.</p> <p>Ndihmon në planifikimin dhe zhvillimin e materialeve kërkimore për studentët dhe stafin akademik. Ajo mund të sigurojë qasje në bibliotekën dhe burimet e nevojshme për të mbështetur punën e kërkimit. (Evidenca 68)¹¹⁴.</p>
<p>Kriteri 2. Njësia përgjegjëse angazhohet për t'iu përgjigjur kërkesave për analiza, studime e projekte me karakter kërkimor shkencor dhe angazhon personelin akademik dhe studentët për realizimin e këtyre objektivave.</p>	<p>Një ndër projektet në të cilin është përfshirë si partner Universiteti i Durrësit është projekti GRADUA. Ky projekt financohet në kuadër të programit Erasmus +, dhe koordinohet nga Universiteti Bujqësor i Tiranës. Qëllimi i projektit GRADUA është krijimi i sinergjive konkrete midis Universitetit dhe tregut të punës nëpërmjet ofrimit të një instrumenti të unifikuar në dispozicion të të dy përfituesve për vlerësimin e të diplomuarve, performancave të sistemit arsimor dhe sigurimin e mjeteve novatore të rekrutimit. Ky mjet i unifikuar përbëhet nga një platformë inovative IT, e cila do të ndjekë të diplomuarit dhe punësimin e tyre në mbështetje të hartimit të politikave dhe reformës së arsimit të lartë. Platforma është një model i integruar dhe i certifikuar i përputhjes së kërkesës/ofertës bazuar në DB-në online të të diplomuarve shqiptarë. GRADUA synon që studentët e Masterit Shkencor “Menaxhim Marketing” të përdorin pa pagesë platformë; të kenë një qasje të lehtë në informacion mbi mundësitë e punësimit/praktikave profesionale/intershipeve të paguara; t’u ofrohen udhëzime për karrierën dhe punësimin; si dhe të pajisen me certifikim të karrierës akademike. (Evidenca 69)¹¹⁵.</p>
<p>Kriteri 3. Në fushën e programit të studimit, njësia përgjegjëse organizon konferenca ose aktivitete, të cilat ndihmojnë personelin dhe studentët për arritjen e objektivave.</p>	<p>Stafi akademik dhe studentët e masterit shkencor janë pjesë integrale e realizimit të suksesshëm të konferencës shkencore ISCOIM - International Scientific Conference on Innovative Marketing. Në çdo konferencë përzgjidhet grupi i punës së konferencës dhe përfshihen të gjithë lektorët e dapartamentit me gradën Dr. , Prof. As. dhe Prof. Si pjesë e Komitetit Shkencor dhe e vlerësimit të punimeve shkencore të ardhura nga akademikë të shumë universiteteve shqiptare, të rajonit por edhe më gjerë. Gjithashtu studentët e masterit shkencor janë pjesë e rëndësishme e kësaj konference duke i ndihmuar në pasurimin e punës së tyre kërkimore shkencore dhe aplikimin e saj në qëllime të mëtejshme akademike apo të karrierës që ata kanë. (Evidenca 90)¹¹⁶, (Evidenca 36)¹¹⁷.</p> <p>Gjithashtu, një aktivitet vjetor i Fakultetit të Biznesit është edhe Konferenca Studentore. Studentët e Msc. nxiten të jenë pjesmarrës aktiv në këtë konferencë dhe të referojnë punimet e tyre shkencore. Ata janë pjesmarrës në këtë konferencë duke paraqitur punime shkencore të cilat janë relevante për kohën. https://www.instagram.com/p/CeIHSVYtffb/?utm_source=ig_ëeb_copy_link (Evidenca 71)¹¹⁸</p>

¹¹² Evidenca 41.1: Punesime dhe gjurmimi i tyre Master Shkencor Menaxhim Marketing

¹¹³ Evidenca 41.2: Pyetesor per Studentet Master Qershor 2023

¹¹⁴ Evidenca 68: Te dhena per platformen on-line Biblioteka

¹¹⁵ Evidenca 69: Projekti Gradua dhe agjenda e takimit

¹¹⁶ Evidenca 90: Foto nga stafi akademik organizativ i konferencës dhe nga video-konferenca

¹¹⁷ Evidenca 36: CALL ISCOIM 2018 & 2022

¹¹⁸ Evidenca 71: Libri Proceeding i konferencës Studentore fq e para

<p>Kriteri 4. Programi i studimit formon profesionistë konkurrues për tregun kombëtar dhe ndërkombëtar të punës.</p>	<p>Programi i studimit Master Shkencor në “Menaxhim Marketing” formon profesionistë konkurrues për tregun kombëtar dhe ndërkombëtar të punës përmes një kombinimi të kurrikulave bashkëkohore dhe aktiviteteve të ndryshme që ofrohen në kuadër të programit. Këto elementë ndihmojnë studentët të zhvillojnë njohuri dhe aftësi të thella, si dhe të fitojnë eksperiencë praktike në fushën e marketingut.</p> <p>Përmes projekteve kërkimore-shkencore, studentët hulumtojnë dhe analizojnë sfidat e vërteta në botën e marketingut. Këto projekte i ndihmojnë të zbatojnë konceptet e mësuara në klasë në situata reale, duke i bërë ata të konkurrueshëm në treg (Evidenca 64)¹¹⁹.</p> <p>Trajnime dhe Workshope: Këto aktivitete ofrojnë njohuri të reja dhe praktika të mira në marketing, duke i përgatitur studentët për sfidat e tregut të punës. (Aktivitet: Spoti më i mirë: https://www.instagram.com/p/Ct6a7frNtdU/?img_index=1).</p> <p>Studiues të ftuar dhe Ekspertë të Fushës: Ky kontakt me profesionistët e njohur dhe të përvojës së gjerë i ndihmon studentët të zhvillojnë njohuri të thella dhe të gjejnë burime të reja të informacionit. (Aktivitet: Të ftuar nga kompanitë e sigurimeve: https://www.instagram.com/p/CtParG-Nxcl/?img_index=1).</p> <p>Punësimi në Kompani dhe Organizata: Programi mund të ofrojë mundësi punësimi nëpër kompani dhe organizata, që ju lejon studentëve të fitojnë përvojë të vërtetë në botën e marketingut. Kjo u lejon ata të zhvillojnë aftësitë e tyre praktike dhe të zbulojnë fushat e tyre të interesit në karrierë. (Aktivitet: Nxitja e Karrierës: https://www.instagram.com/p/Cs31we5NMZ3/?img_index=1).</p> <p>Puna në grup: Projektet dhe aktivitete të ndryshme të cilat nxisin debatin dhe të menduarin kritik përforcojnë njohuritë teorike dhe nxisin mësim-nxënien. Gjithashtu u mundëson të përballen me sfidën e bashkëpunimit dhe komunikimit në grup. Këto aktivitete i përgatisin studentët për t'u integruar sa më shpejt dhe me sukses në kulturën e punës. (Aktivitet: Debati i strukturuar: https://www.instagram.com/p/CtBrF5N4JO/?img_index=1).</p>
<p>Kriteri 5. Njësia përgjegjëse merr parasysh dhe zbaton rekomandimet e nxjerra nga urdhrat, shoqatat profesionale, rrjetet profesionale, për kompetencat e nevojshme për marrjen e licencës së profesionit përkatës, sipas akteve ligjore të fushës.</p>	
<p>Kriteri 6. Programi i studimit për profesionet e rregulluara përputhet me aktet ligjore në vend dhe rekomandimet ndërkombëtare në direktiva dhe rregullore të Bashkimit Evropian (p.sh. <i>Professional Qualifications Directive, 2005/36/EU</i>).</p>	

¹¹⁹ Evidenca 64: Pjesëmarrja e studenteve në projektin Ne fshat

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

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

A series of handwritten signatures in blue ink, including a large stylized signature on the left, a signature with a circle, a signature with a hash symbol, a signature with a vertical line, a signature with a circle, a signature with a circle, and a signature with a star-like mark on the right.

III. MËSIMDHËNIA, MËSIMNXËNIA, VLERËSIMI DHE KOMPETENCAT

Standardi III.1	
Institucioni i arsimit të lartë garanton procesin e të nxënit dhe aftësimin profesional e shkencor me metodat dhe praktikat më të mira, me në qendër studentin, që sigurojnë arritjen e rezultateve	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. Format e mësimdhënies, mësimnxënies dhe transmetimit të dijeve e njohurive janë leksionet, seminarët, punët laboratorike, detyra kursi, projektet, praktikat profesionale e klinike, orët e hapura dhe çdo formë tjetër e miratuar nga institucioni.</p>	<p>Bazuar në nenin 17, të Rregullores së Programit të Studimit Master Shkencor në "Menaxhim Marketing", format e mësimdhënies, mësimnxënies e transmetimit të njohurive në këtë cikël përfshijnë: leksione, seminarë, detyra kursi/projekte individuale dhe/ose në grup, provime të ndërmjetme dhe provime përfundimtare, praktikë të zhvilluara në laboratorët e UAMD-së, dhe/ose në institucione dhe kompani me të cilat UAMD ka marrëveshje bashkëpunimi, në tema diplome. (Evidenca 12)¹²⁰. UAMD-ja e ofron programin e studimit të ciklit të II-të Master Shkencor "Menaxhim Marketing" të vlerësuar në kredite, në përputhje me Sistemin Europian të Transferimit të Krediteve (ECTS) dhe sistemit Amerikan (UsCr) Në këtë cikël studimesh orët / kreditet për secilën formë të dhënë janë:</p> <p>Orë në auditor: 990 orë Përgatitje e studentit: 1210 orë Orë jashtë auditorit: 800 orë Totali 3000 orë – 120 Kredite Praktikë profesionale: 12 Kredite Detyrime përmbyllëse – Mikroteza: 13 Kredite</p> <p>Kurrikula e programit të studimit dhe syllabuset përcaktojnë raportet e orëve të mësipërme (Evidenca 44)¹²¹.</p>
<p>Kriteri 2. Personeli akademik respekton dhe u përgjigjet larmisë dhe nevojave të studentëve, duke ofruar forma, mënyra, metoda e mundësi alternative të mësimdhënies e mësimnxënies.</p>	<p>Sipas nenit 51 të rregullores së Fakultetit të Biznesit dhe nenit 17 të rregullores së Masterit Shkencor "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 mësimin teoritik e praktik janë: leksionet, seminarët, ushtrimet, praktikat profesionale, detyrat e kursit, projektet e kursit, etj. Frekuentimi i orëve teorike dhe praktike sipas nenit 17 pika b e rregullores së Masterit Shkencor "Menaxhim Marketing" është i detyrueshëm në masën 80% 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, mbrojtja e praktikave profesionale, provimet përfundimtare, si dhe mbrojtja e temave të diplomave. Sipas nenit 19, pika d të rregullores së Masterit Shkencor "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</p>

¹²⁰ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

¹²¹ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim I

	<p>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.</p> <p>Stafi akademik i brendshëm dhe i jashtëm që jep mësim në Masterin Shkencor “Menaxhim Marketing” është i hapur drejt formave të aplikimit dhe metodave alternative të mësimdhënies e mësimnxënies, si përshembull ndërthurja e teorisë me praktikën duke derguar studentët nëpër biznese për të kuptuar më mirë çështjet që lidhen me marketingun (Evidenca 12)¹²², (Evidenca 19)¹²³.</p>
<p>Kriteri 3. Institucioni mbështet personelin e tij akademik në përmirësimin e kompetencave didaktike, dhe në përputhje me rezultatet e pritshme të të nxënit.</p>	<p>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 orë të caktuara mësimore apo tema leksioni të caktuara të mund të zhvillohen në mënyrë më aplikative. (Evidenca 52)¹²⁴. 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 prizat dhe linjat 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 nxënit 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 bashkëkohore 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 shpesh nëpërmjet Qendrës së Edukimit në Vazhdim, organizon edhe trajnime për stafin akademik (Evidenca 25)¹²⁵.</p>
<p>Kriteri 4. Personeli akademik i angazhuar në mësimdhënie është kompetent në shpjegimin e njohurive dhe koncepteve, përdor metoda të ndryshme të mësimdhënies interaktive dhe diskutime me në qendër studentin, nxit te studentin mendimin krijues, atë kritik, si dhe autonominë e përgjegjshmërinë. Në të njëjtën kohë siguron udhëheqjen, mbështetjen dhe ndërtimin e marrëdhënieve 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 zhvillon, ekzistojnë tekste dhe cikle leksionesh të miratuara në department 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 pesë video-projektorë që ka vendosur në dispozicion Institucioni vetëm për këtë department. 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 department dhe vërehet</p>

¹²² Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

¹²³ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

¹²⁴ Evidenca 52: Foto te laboratoreve dhe auditoreve

¹²⁵ Evidenca 25: Analiza vjetore e UAMD 2021 – 2022, fq 52 – 53.

	<p>se është bërë një punë mjaft e madhe në këtë drejtim. Stafit akademik titullar i angazhuar në programin e studimeve të cikit të dytë Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, plotëson kriteret ligjore të kualifikimit. I gjithë stafi akademik i angazhuar në mësimdhënie në këtë program është i kategorisë profesor, doktor ose doctor ne proces. (Evidenca 5)¹²⁶, (Evidenca 6)¹²⁷.</p>
<p>Kriteri 5. 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 sugjerimet e tyre</p>	<p>Për një rritje të cilësisë së mësimdhënies dhe përmirësimit të metodave të mësimdhënies njësia bazë, departamenti marketingut, përdor 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 Masterin Shkencor “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 problematikat përkatëse në fushën e marketingut.</p> <p>Një mënyrë reflektimi dhe përmirësimi në lidhje me format dhe metodat e mësimdhënies, janë edhe rezultatet e marra nga pyetësori i studentëve të rubrika Komente/Sugjerime shtesë. (Evidenca 29)¹²⁸.</p>
<p>Kriteri 6. 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 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</p>	<p>Në funksion të procesit mesimor - kërkimor, institucioni ka organizuar struktura të posaçme që promovojnë përmirësimin e mësimdhënies. Bazuar në nenin 24 të statutit të UAMD-së (Evidenca: 4 Statuti i UAMD-së), dhe në bazë të organigramës së institucionit, njësitë ndihmëse qëndrore në funksion të procesit mesimor-kërkimor janë:</p> <p>a. Drejtoria e Auditimit të Brendshëm b. Drejtoria e Burimeve Njerëzore c. Drejtoria e Projekteve dhe e Marrëdhënieve me Jashtë d. Drejtoria e Administrimit dhe Shërbimeve e. Drejtoria e Kurrikulës dhe Standarteve të Cilësisë f. Qendra për Kërkim dhe Ekselencë g. Qendra e Trashëgimisë Kulturore Mesjetare</p> <p>Veprimtaria e këtyre drejtorive/qëndrave disiplinohet me rregullore që miratohen nga Senati i UAMD-së. Departamenti i Marketingut në fakultetin e biznesit është përgjegjës për cilësinë e mësimdhënies në programin e studimit Master Shkencor në “Menaxhim Marketing”. Departamenti, me anë të një programi vjetor aktivitetesh, Workshop-</p>

¹²⁶ Evidenca 5: Stafit Akademik i Departamentit Marketing për vitet 2013 - 2023

¹²⁷ Evidenca 6: Stafit akademik i departamentit marketing me fushat specifike

¹²⁸ Evidenca 29: Model pyetësori për vlerësimin e stafit akademik

	<p>esh dhe takimesh, synon rritjen e vetëdijes së stafit akademik dhe studentëve për cilësinë e programit të studimit.</p> <p>Cilësia e procesit të mësimdhënies është gjatë gjithë kohës në qendër të vëmendjes së Fakultetit dhe Departamentit. Këto njësi, në koordinim me njëra - tjetrën organizojnë në mënyrë periodike, orë leksione të hapura në disa drejtime:</p> <p>a. Stafi i ri ndjek orë mësimore nga stafi më me përvojë;</p> <p>b. Stafi më me përvojë ndjek orë mësimore te stafi i ri në mënyrë që të përditësohet me teknologjinë e kohës së fundit në mënyrë që të përmirësojë metodat e mësimdhënies;</p> <p>c. Stafi me Msc trajnohet edhe nga Qendra e Edukimit në Vazhdim (Evidenca 25)¹²⁹;</p> <p>d. Organizohen leksione të hapura nga ekspertë të fushës së marketingut të ftuar nga Njësia Kryesore ose Njësia Bazë.</p> <p>Nga ana tjetër, FB ose Departamenti i Marketingut ftojnë lektorë të cilët mund të jenë personalitete të fushës në Shqipëri, por edhe nga universitete jashtë Shqipërisë. Në lidhje me këtë, Departamenti i Marketingut ka një eksperiencë mjaft të mirë dhe të pasur. Në këtë mënyrë mund të themi se të gjitha këto që përmendëm mësipër i shërbejnë ndër të tjera edhe rritjes së vetëdijes së personelit akademik dhe studentëve për cilësinë e mësimdhënies në programet e studimit që ofron departamenti i Marketingut (Evidenca 26)¹³⁰.</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi III.2	
Institucioni harton rregullore dhe procedura të posaçme të testimit e vlerësimit të njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale e kërkimore dhe garanton zbatimin e tyre.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Kriteret, mënyra e testimit dhe vlerësimit të njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale dhe shkencore përcaktohen në rregulloren e programit të studimit/rregulloren e institucionit/rregullore të posaçme, të cilat bëhen publike dhe njihen nga studentët.	<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 Master Shkencor në nenin 19 të saj si dhe në rregulloren e provimeve të FB-së. 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</p>

¹²⁹ Evidenca 25: Analiza vjetore e UAMD 2021 – 2022, fq 52-53

¹³⁰ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022, fq 31-35

	<p>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 transparencë 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 studentit mund t'ia gjejë edhe te syllabuset e lëndëve dhe planet kalendarikë të cilët janë të hapur në faqen e Universitetit. (Evidenca 4)¹³¹, (Evidenca 19)¹³², (Evidenca 12)¹³³, (Evidenca 72)¹³⁴, (Evidenca 73)¹³⁵, (Evidenca 74)¹³⁶.</p>
<p>Kriteri 2. Në fillim të çdo lënde/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.</p>	<p>Në javën e parë të semestrit akademik, pedagogu informon studentët mbi programin lëndor, i cili përmban informacion mbi: përmbajtjen e lëndës të organizuar në javë, objektivat e lëndës, rezultatet e të nxëniet të lëndës, literaturën bazë dhe materialet e tjera të lëndës, metodën e vlerësimit të lëndës, shpërndarjen e ngarkesës etj.</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</p>

¹³¹ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

¹³² Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

¹³³ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

¹³⁴ Evidenca 72: Rregullore provimeve Fakulteti Biznesit

¹³⁵ Evidenca 73: Syllabus model MSC

¹³⁶ Evidenca 74: Provimet dhe asistimet për sem I BSC + MSC

	programit Master Shkencor në nenin 19 të saj si dhe në rregulloren e provimeve të FB-së. (Evidenca 4) ¹³⁷ , (Evidenca 19) ¹³⁸ , (Evidenca 12) ¹³⁹ , (Evidenca 72) ¹⁴⁰ , (Evidenca 73) ¹⁴¹ , (Evidenca 74) ¹⁴² .			
Kriteri 3. 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.	Mënyra e vlerësimit është me dy provime, ku ndërthuren njohuritë lidhur me lende baza të detyrueshme, lende karakterizuese, lende ndërdisiplinore/integruese, praktika profesionale si edhe mikro teza: 1. Provimi i ndërmjetëm (i cili ka 400 pikë të mundshme), 2. Provimi përfundimtar (i cili ka 500 pikë) 3. Detyrat e kursit (të cilat kanë 100 pikë të mundshme). Në total studentit/ja mund të përfitojë 1000 pikë të mundshme. Vlerësimi përfundimtar do të bëhet mbi bazën e pikëve të grumbulluara dhe përqindjeve përkatëse. Studenti duhet të ketë përvetësuar 60% të lëndës që të marrë notën kaluese. (Evidenca 73) ¹⁴³ , (Evidenca 44) ¹⁴⁴ .			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi III.3	
Institucioni siguron vlerësim të drejtë dhe transparent, bazuar në meritën e çdo studenti duke përfshirë dhe procesin e ankimit.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. 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.	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 Master Shkencor në nenin 19 të saj si dhe në rregulloren e provimeve të FB-së. (Evidenca 4) ¹⁴⁵ , (Evidenca 19) ¹⁴⁶ , (Evidenca 72) ¹⁴⁷ . Raporti midis vlerësimit të vazhduar dhe atij përfundimtar është përcaktuar qartë edhe në syllabus dhe në rregulloret e mësipërme.
Kriteri 2. Institucioni vë në zbatim sisteme elektronike të testimit dhe vlerësimit, të cilat eliminojnë 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 datën 31.12.2024

¹³⁷ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

¹³⁸ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

¹³⁹ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

¹⁴⁰ Evidenca 72: Rregullore provimeve Fakulteti Biznesit

¹⁴¹ Evidenca 73: Syllabus model MSC

¹⁴² Evidenca 74: Provimet dhe asistimet per sem I BSC + MSC

¹⁴³ Evidenca 73: Syllabus model MSC

¹⁴⁴ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim I

¹⁴⁵ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

¹⁴⁶ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

¹⁴⁷ Evidenca 72: Rregullore provimeve Fakulteti Biznesit

	<p>dhe lidhet me cilësinë e materialeve mësimore dhe vlerësimin e performancës së studentëve. (Evidenca 75)¹⁴⁸.</p> <p>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. Nga Fakulteti i Biznesit ishin 8 pjesëmarrës nga të cilët 3 ishin nga Departamenti i Marketingut. (Evidenca 75.2)¹⁴⁹ (Evidenca 75.1)¹⁵⁰. 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 përzgjedh 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 korrigjuan nga lektori përkatës. Ky projekt është shtrire edhe në programet e studimit të ciklit të dytë master shkencor dhe profesional. 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 76)¹⁵¹. Në të njëjtën mënyrë ka funksionuar edhe sistemi elektronik i mëparshëm AULA (Evidenca 77)¹⁵². Kjo metodologji ka filluar të përdoret edhe për programet e ciklit të dytë të studimeve pranë FB-së.</p>
<p>Kriteri 3. Vlerësimi përfundimtar i lëndës bëhet në përputhje me syllabusin dhe bazën ligjore në fuqi.</p>	<p>Provimet semestrale korrigjohen nga pedagogu i lëndës ndërsa ato të sezoneve të vjeshtës, dimrit dhe verës korrigjohen nga komisionet e provimeve përbëhen nga jo më pak se tre anëtarë. Komisionet përcaktohen nga përgjegjësi i departamentit dhe miratohen nga Dekani i FB-së. Në rast se njëri nga lektorët nuk mund të marrë pjesë në provim, përgjegjësi i departamentit përcakton personin që do ta zëvendësojë. (Evidenca 78)¹⁵³. Për të rritur sa më shumë objektivitetin e vlerësimit dhe transparencën Njësia Bazë ngre një grup pune për verifikimin e kontrollit të procesit të provimeve. (Evidenca 79)¹⁵⁴.</p>
<p>Kriteri 4. Vlerësimi i njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale shoqërohet me komente/feedback (nëse është i nevojshëm) dhe lidhet me këshilla mbi</p>	<p>Stafi akademik i brendshëm dhe i jashtëm i angazhuar në programin e studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” instruktton, këshillon dhe orienton studentët në lidhje me të gjithë elementët e vlerësimit të dijeve dhe aftësive profesionale duke iu referuar një</p>

¹⁴⁸ Evidenca 75: Marreveshja UAMD - AADF Projekti Clean Score

¹⁴⁹ Evidenca 75.2: Njoftim për trajnim Clean Score Trajnim

¹⁵⁰ Evidenca 75.1: Relacion zbatimi i Clean Score Sezoni i verës dhe dimrit 2021

¹⁵¹ Evidenca 76: Sistemi PITAGORA (RASH)

¹⁵² Evidenca 77: Manual përdorimi AULA

¹⁵³ Evidenca 78: Komisionet dhe tabela e provimeve për sezonin e vjeshtës Master

¹⁵⁴ Evidenca 79: Vendim për ngritjen e grupeve të kontrollit të provimeve

<p>procesin e të nxënit për të ndihmuar studentin të përmirësohet në të ardhmen.</p>	<p>detyrë kursi/projekt të vitit të kaluar me gjithë elementët e vlerësimit të saj. Kjo detyrë kursi/projekt prezantohet para studentëve në forma të ndryshme sipas rastit në ppt, foto, video etj. Një procedurë e tillë nxit procesin e të nxënit 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. Sipas nenit 69 të rregullores së UAMD-së, nenit 60 të rregullores së FB-së dhe nenit 22 dhe nenit 23 të rregullores së programit të studimit të Masterit Shkencor “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 4)¹⁵⁵, (Evidenca 19)¹⁵⁶, (Evidenca 12)¹⁵⁷.</p>
<p>Kriteri 5. 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. Stafit 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.</p> <p>Gjatë provimit, ndalohet hyrja në auditor e çdo personi të jashtëm qoftë dhe anëtar i stafit akademik përveç Përgjegjësit të Departamentit, Organeve Drejtuese, lektorit të lëndës dhe lektorit asistues.</p> <p>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 kur evedentohet plagjaturë, 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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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

¹⁵⁵ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

¹⁵⁶ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

¹⁵⁷ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

	<p>(Evidenca 4)¹⁵⁸</p> <p>Bazuar ne ligjin Nr.80/2015 “Per Arsimin e Larte dhe Kerkimin Shkencor ne Institucionet e Arsimit te Larte ne Republikën e Shqipërisë”, ne Kodin e Etikes ne Kerkimin Shkencor te progamit te studimit te Ciklit te Trete te studimeve, Asambleja e personelit akademik e njesise kryesore mund te krijoje Komisionin e Integritetit Akademik te Fakultetit, ne zbatim te nenit 12, pika 3 e Kodit te Etikes ne Kerkimin Shkencor (Evidenca 80)¹⁵⁹.</p>
<p>Kriteri 6. Rezultatet e kontrollit të dijeve dhe aftësive profesionale bazohen mbi meritën 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 Master Shkencor “Menaxhim Marketing” është me testim. Ku për të arritur në vlerësimin përfundimtar të konvertuar në notë studenti vlerësohet në mënyrë të vazhdueshme përgjatë semestrit. Ai zhvillon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Një provim të ndërmjetëm i cili zhvillohet pas javës së VI ose të VII, 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 cënon përmbajtjen apo formën e procesverbalit. 5. Procesverbali përfundimtar duhet të përmbajë: firmën e lektorit/ëve të lëndës, Përgjegjësit të Departamentit, Kryesekretares dhe të Dekanit. <p>Një notë e raportuar mund të ndryshojë vetëm nëse rezultoni 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 pike, ku maksimumi i pikëve të grumbulluara është 1000, 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 72)¹⁶⁰.</p>
<p>Kriteri 7. Institucioni garanton të drejtat e studentëve për t’u njohur me vlerësimin, kërkesën për rishikim të vlerësimit në përputhje me rregullat që përfshihen në</p>	<p>Stafi akademik që jep mësim në Masterin Shkencor “Menaxhim Marketing” gjatë orës mësimore, pas provimit, 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</p>

¹⁵⁸ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

¹⁵⁹ Evidenca 80: Ngritja e komisioneve antiplagjiature

¹⁶⁰ Evidenca 72: Rregullore provimeve Fakulteti Biznesit

statut, rregulloret dhe procedurat e vlerësimit.	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.			
Kriteri 8. 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	Në rast se ka ankimin në lidhje me rezultatin e vlerësimit të studentit, ky i fundit jo më vonë se 3 ditë kalendarike nga marrja e rezultatit i drejton kërkesën pranë Njësisë Kryesore dhe kjo e fundit ia kalon Njësisë Bazë, e cila mbledh anëtarët e saj dhe del me një relacion me shkrim drejtuar Njësisë 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 Njësisë Bazë jo më vonë se 3 ditë nga miratimi i kërkesës. Kjo gjë është dhënë shumë qartë në rregulloren e UAMD-së, neni 71 dhe në rregulloren e FB-së, neni 62. (Evidenca 4) ¹⁶¹ , (Evidenca 72) ¹⁶² .			
Shkalla e përbushjes së standardit	Nuk përbushet	Përbushet pjesërisht	Përbushet kryesisht	Përbushet plotësisht
				X

Standardi III.4	
Programi i studimit garanton rritjen e aftësive krijuese e zbatuese te studentët dhe synojnë zhvillimin e thelluar të kompetencave profesionale e shkencore te studentët	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Programi i studimit duhet të garantojë thellimin e njohurive, të zhvillojë aftësitë profesionale dhe të veçanta shkencore të studentëve	Plani Mësimor i Programit të Studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” garanton thellimin e njohurive të studentëve dhe zhvillimin e aftësive profesionale të tyre. Kjo kurrikul ka 17 lëndë ku studentit thëllon njohuritë dhe zhvillon aftësitë profesionale dhe menaxheriale të veçanta në funksion të aplikimit të metodave teorike dhe/ose praktike në lidhje me fushën e marketingut që po bëhet gjithnjë edhe më shumë e nevojshme për mbarëvajtjen dhe vendimmarrjen e biznesit. Këtu mund të përfshihen vendimmarrjet në planifikimin dhe menaxhimin afatshkurtër, afatmesëm dhe afatgjatë të bizneseve, si edhe përdorimit të informacionit nga tregu në funksion të kësaj vendimmarrjeje. Kjo garantohej nëpërmjet zhvillimit të një miksimi të balancuar të lëndëve bazë të detyrueshme, karakterizuese, ndërdisiplinore/integruese, plotësuese dhe detyrimeve përmbyllëse (Evidenca 44) ¹⁶³ .
Kriteri 2. Programi i studimit garanton zhvillimin e aftësive të veçanta në fushën e teknologjisë së informacionit, humane	Programi Master Shkencor në Menaxhim Marketing, ka pjesë të saj përbërëse dhe praktikën (lëndë e tipit D) si dhe lëndë të tipit B, gjë e

¹⁶¹ Evidenca 4: Rregullore e UAMD, neni 71

¹⁶² Evidenca 72: Rregullore provimeve Fakulteti Biznesit, neni 4, pika 7

¹⁶³ Evidenca 44: Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim1

<p>sociale, komunikimit dhe ndërveprimit (përfshirë edhe në gjuhë të huaj).</p>	<p>cila i garanton studentëve zhvillimin e aftësive të veçanta në fushën e teknologjisë së informacionit, humane sociale, komunikimit dhe ndërveprimit, të tilla si Komunikim i Integruar në Marketing, Sjellje Konsumatore, E-Marketing etj.</p>
<p>Kriteri 3. 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, si dhe për detyrimet përmblyëse.</p>	<p>Në syllabuset e çdo lënde studentët gjejnë informacion në lidhje me kompetencat dhe aftësitë që marrin në lëndën përkatëse. Aty studenti njihet me literaturën e detyrueshme të miratuar në Njësinë Bazë dhe literaturë shtesë që ai këshillohet të përdorë. Në syllabus studentin 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 japë 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. (Evidenca 81)¹⁶⁴. Syllabusi përmban edhe numrin e krediteve të lëndës.(Evidenca 50)¹⁶⁵. Në ndryshim nga të gjitha universitetet e tjera, të cilat e vlerësojnë studentin me një provim përfundimtar, në UAMD student 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. Leksionet zhvillohen kryesisht duke kombinuar metodën tradicionale të shkrimit në tabelë me prezantime interaktive ppt. Këto shënime dhe përmbledhje leksionesh ndahen më studentët javë pas javë.</p>
<p>Kriteri 4. Mësimdhënia realizohet mbi bazë kompetencash që t'u japë studentëve mundësi të zhvillojnë njohuritë e marra në laboratorë dhe praktikat 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, studimeve të përparuarra kërkimore e shkencore dhe i mbështet ato; ndërthur format e mësimdhënies me institucionet bashkëpunuese për të mundësuar dhe rritur mobilitetin e studentëve.</p>	<p>Mësimdhënia realizohet mbi bazë kompetencash, të cilat janë të mirëpërcaktuara në programet lëndore. Studentët e programit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” kanë në dispozicion infrastrukturën e nevojshme dhe e përdorin atë për të zhvilluar njohuritë e marra në laboratorët kompjuterikë, si dhe në praktikat profesionale. Diskutimet dhe puna në grup mbi interpretimin dhe zgjidhjen e problematikave të ndryshme është listuar si një ndër kompetencat e programit Master Shkencor “Menaxhim Marketing”. Detyrat e kursit janë punë individuale dhe punë në grup, të cilat prezantohen dhe diskutohen nga e gjithë klasa. 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 kompjuterikë siç është rasti i lëndës “Metodat e Kërkimit Shkencor” në programin e studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing”. 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</p>

¹⁶⁴ Evidenca 81: Foto e afishimit të emrit të lektorit, orës dhe ditës së konsultimit model

¹⁶⁵ Evidenca 50: Syllabuset e lendeve te MSH per vitin 2022 - 2023

	<p>problemi biznesi në fushën e marketingut. Gjithashtu stafi akademik organizon orë të hapura në të cilat nxitet debati i strukturuar. 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 doktorature për kërkuesit e rinj në të ardhmen.</p> <p>Për një mundësim dhe rritje të mobilitetit të studentëve, FB-ja ka marrë një vendim për futjen në ciklin e parë të studimeve bachelor disa lëndë të cilat do të kenë nga një seksion i cili do t'a zhvillojë mësimin në gjuhën angleze. Në këtë mënyrë kur të vijë studentë të huaj kanë mundësi të përshtaten dhe ndjekin mësimin pranë Fakultetit të Biznesit, por edhe studentët tanë që ndjekin lëndët të cilat lektorohen në gjuhën angleze do t'a kenë më të lehtë përshtatjen e tyre në programet Erasmus+. Kjo gjë mendohet të shtrihet edhe në ciklin e dytë të studimeve. Kjo do të rriste numrin e studentëve tanë që do të aplikonin në këto projekte të Erasmus+ dhe anasjellatas e studentëve të huaj që do të interesoheshin për këto programe në UAMD. (Evidenca 82)¹⁶⁶</p>
<p>Kriteri 5. 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>Në përgjithësi, stafi akademik i brendshëm integron të rejtat më të fundit të shkencës dhe teknologjisë në informacionin që u jep studentëve. 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 (Evidenca 83)¹⁶⁷. Ky departament tashmë ka krijuar një traditë të re me zhvillimin e një konference ndërkombëtare me fushë specifike me bazë marketingun (ISCOIM). Edhe këtë vit në mbledhjen e departamentit u vendos gjithashtu zhvillimi i kësaj konference ku si gjithmonë në të marrin pjesë përveç stafit akademik me kohë të plotë, atij me kohë të pjesshme, të ftuar nga jashtë por edhe studentë në një seksion të posaçëm. Në këtë konferencë organizohet edhe një seksion video-konference. Në këtë mënyrë studentët njihet me zhvillimet më të fundit të shkencës dhe teknologjisë. (Evidenca 70)¹⁶⁸.</p>
<p>Kriteri 6. Institucioni nxit zhvillimin e ideve inovative, studime të avancuara kërkimore e shkencore nga studentët dhe i mbështet financiarisht ato.</p>	<p>Në përgjithësi studentët e vitit të fundit Master dhe në veçanti studentët e Masterit Shkencor “Menaxhim Marketing” marrin pjesë në kërkim nëpërmjet diplomave ose mikrotezave që realizojnë. Por para se të arrijnë deri këtu, UAMD-ja, FB-ja dhe Departamenti Marketing i trajnojnë ata në njëfarë mënyrë duke i bërë pjesë e mbrojtjes së detyrave të kursit/projekteve individuale ose në grupe të cilat përfshijnë 10% të vlerësimit total të cilat janë pjesë e syllabuseve të çdo lënde si edhe nëpërmjet Konferencës Studentore që organizon FB-ja. Aktualisht në FB janë organizuar 12</p>

¹⁶⁶ Evidenca 82: Programet e miratuara te studimit Bsc ne gjuhen angleze

¹⁶⁷ Evidenca 83: Lista Aktiviteteve Dep Marketingut v.a. 2020-2021

¹⁶⁸ Evidenca 70: Foto nga stafi akademik organizativ i konferencës dhe nga video-konferenca

	konferenca studentore. Konferencat Studentore në FB janë aktivitete që organizohen nga studentët me synimin për t'u dhënë zgjidhje inteligjente të problemeve të ndryshme që prekin marketingun, biznesin, turizmin, financën, kontabilitetin, dhe fusha të tjera që lidhen me ekonominë. Organizatorë të këtij aktiviteti janë vetë studentët e Fakultetit të Biznesit të ndihmuar nga një grup lektorësh të fakultetit të ngritur me vendim dekanati. Kjo konferencë mbështetet financiarisht nga institucioni për të mbështetur zhvillimin e ideve inovative dhe të avancuara të studentëve. (Evidenca 84) ¹⁶⁹ , (Evidenca 71) ¹⁷⁰ .			
Shkalla e përbushjes së standardit	Nuk përbushet	Përbushet pjesërisht	Përbushet kryesisht	Përbushet plotësisht
				X

Standardi III.5	
Institucioni ndjek një procedurë të qartë të detyrimeve përmbyllëse të studentit në programin e studimit dhe e përgatit atë me dokumentacionin e nevojshëm	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Institucioni harton procedurë të posaçme për detyrimet përmbyllëse, para realizimit të tyre dhe e bën atë publike.	<p>Studimet e ciklit të dytë të studimit, Master Shkencor “Menaxhim Marketing” përmbyllet me punim diplome. Ky fakt përfshihet si në rregulloren e Institucionit, të Njesisë Kryesore, të Njesisë Bazë, të Programit të Studimit Master Shkencor “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/Mikrotezës jepen më qartë në Rregulloren e Diplomimit të Fakultetit të Biznesit. (Evidenca 85)¹⁷¹. 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.</p> <p>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 /diplome janë dhënë në nenin 14, aneksi C i rregullores së diplomimit të FB-së si edhe në rregulloren e posaçme për</p>

¹⁶⁹ Evidenca 84: Vendim dekanati për ngritje komisioni për konferencën studentore.

¹⁷⁰ Evidenca 71: Libri proceeding i konferencës studentore fq e para

¹⁷¹ Evidenca 85: Rregullore diplomimi

	pregatitjen e mikrotezës. (Evidenca 48) ¹⁷² . Këto rregullore janë të aksesueshme edhe në faqen e web-it të UAMD-së.
Kriteri 2. 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/mikrotezës. Përveç lektorit mentorues për gjatë gjithë vitit që ka qenë në dispozicion të 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/mikroteze dhe udhëheqësin përkatës; Kriteret dhe standardet e një punimi diplome në “Master Shkencor”; (Evidenca 86) ¹⁷³ , (Evidenca 87) ¹⁷⁴ , (Evidenca 62.1) ¹⁷⁵ .
Kriteri 3. 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 Master Shkencor “Menaxhim Marketing” në të cilat përcaktohet se përmbyllja e studimeve të ciklit të dytë bëhen vetëm me mbrojtjen e një teme diploma/mikroteze, Njësia Bazë propozon një komision i cili miratohet nga Njësia Kryesore. Komisioni duhet të ketë të paktën një gradë shkencore. Mbrojtja para komisionit është e hapur dhe student 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/mikrotezën. 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/mikrotezës 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 (Evidenca 85) ¹⁷⁶ .
Kriteri 4. 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 shkrimin e punimit përmbyllës sipas udhëzuesve të miratuar. Ai garanton cilësinë e rezultateve dhe miraton ose jo një 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 studenti në dakordësi dhe me orientimin e lektorit të përcaktojnë fushën specifike ku do të fokusohet punimi i temës së diplomës/mikrotezës. (Evidenca 48) ¹⁷⁷ . Udhëheqësi angazhohet në përcaktimin e programit të punës së studentit dhe afatet për realizimin e këtij të fundit. Konsultimet

¹⁷² Evidenca 48: Rregullore e Mikrotezës

¹⁷³ Evidenca 86: Komunikimi me student të msc për temën e diplomes

¹⁷⁴ Evidenca 87: Tabela e shpërndarjes së temave të diplomes me udhëheqës në MSH

¹⁷⁵ Evidenca 62.1: E-mail formatet e udhëheqjes dhe lista e pedagogëve udhëheqës

¹⁷⁶ Evidenca 85: Rregullore diplomimi

¹⁷⁷ Evidenca 48: Rregullore e mikrotezës

	<p>udhëheqës - student janë të vazhdueshme deri në momentin kur punimi i temës së diplomës konsiderohet i përfunduar. Ky konsultim mund të bëhet në mënyrë elektronike ose duke u takuar dhe diskutuar rreth arritjeve dhe detyrave që ngelen për t'u bërë (Evidenca 88)¹⁷⁸. Gjatë këtyre konsultimeve kontrollohet puna e bërë sipas programit të miratuar si dhe asistohen studentët në kryerjen e analizave apo modeleve të ndryshme në mënyrë që punimi të paraqitet sipas kriterëve dhe standardeve të përcaktuara. Në fund, udhëheqësi rishikon dhe miraton punimin e kryer nga studenti dhe lejon mbrojtjen e tij duke e firmosur atë sipas Kreut III, Rregullorja e Mikrotezës. (Evidenca 89)¹⁷⁹</p>
<p>Kriteri 5. Institucioni asiston studentët për kryerjen e matjeve, analizave, testeve në mjediset e institucionit apo jashtë tij në bazë të temave dhe fushës së studimit.</p>	<p>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, labororet 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/mikrotezave por dhe për detyrat e kursit/projektet. Labororet 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 52)¹⁸⁰, (Evidenca 68)¹⁸¹.</p>
<p>Kriteri 6. Në përfundim të provimit përfundimtar të përgjithshëm ose të mbrojtjes së punimit të diplomës, studenti vlerësohet me notë</p>	<p>Në përfundim të studimeve të ciklit Master Shkencor, studenti dorëzon dy kopje të punimit të diplomës/mikrotezës të miratuara nga udhëheqësi shkencor, si edhe një CD. Njëra nga kopjet e punimit dorëzohet në sekretari dhe tjetra mbahet në department, 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/mikrotezës 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 studenti 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/mikrotezën. 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/mikrotezës 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/mikrotezës bëhet me sistem 1000 pikësh i cili konvertohet në note në sistemin shqiptar</p>

¹⁷⁸ Evidenca 88: Pjese nga Mikrotezë me komente

¹⁷⁹ Evidenca 89: Shembull diplome e firmosur

¹⁸⁰ Evidenca 52: Foto te laboratoreve dhe auditoreve

¹⁸¹ Evidenca 68: Te dhena per platformen on-line Biblioteka

	<p>dhe në shkronje në sistemin amerikan. Rezultatet e mbrojtjes së temës së diplomës/mikrotezës u bëhen me dije studentëve në fund të ditës.</p> <p>(Evidenca 85)¹⁸², (Evidenca 90)¹⁸³.</p>
<p>Kriteri 7. 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 Master Shkencor “Menaxhim Marketing”, studenti pajiset me diplomën dhe suplementin e diplomës (Evidenca 56)¹⁸⁴, (Evidenca 91)¹⁸⁵. Studentit i vihet në dispozicion kopje e plotë zyrtare e programit të studimit të zhvilluar pranë UAMD-së nga Drejtoria e Kurrikulës dhe Standarteve të Cilësisë, sektori i çështjeve mësimore, vetëm në rastet kur ai e kërkon një gjë të tillë. Në raste të tilla studentët depozitojnë pranë sektorit të çështjeve Mësimore një kërkesë dhe brenda një afati të caktuar u jepet një kopje e firmosur dhe vulosur e programit të ciklit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” kundrejt pagesës përkatëse.</p>
<p>Kriteri 8. Institucioni ruan për një periudhë të pacaktuar 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 (Evidenca 18)¹⁸⁶.</p> <p>Mbështetur në legjislacionin në fuqi, dokumentacioni themelor për studentët e Programit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” është:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Regjistri Themeltar (amzat) për studentët e regjistruar në Programin e Studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” që nga momenti i hapjes së tij, viti 2010 (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 korigjuara të provimeve të zhvilluara nga studentët ruhen 6 muaj. 4. Procesverbalet e provimeve të ndërmjetme dhe përfudimatre të zhvilluara gjatë viteve ruhen përgjithmonë. 5. Libri i protokollit për vërtetimet e lëshuara për studentët (vërtetimi i thjeshtë dhe vërtetimi 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 studimesh 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 ruhen për 5 vite. 9. Libër protokollit për studentët e diplomuar (Regjistër i Tërheqjes së Diplomave). Për të gjithë studentët e diplomuar ruhet një

¹⁸² Evidenca 85: Rregullore diplomimi

¹⁸³ Evidenca 90: Procesverbal i mbrojtjes së diplomes MSC

¹⁸⁴ Evidenca 56: Suplement diplome Master shkencor

¹⁸⁵ Evidenca 91: Diploma Master Shkencor “Menaxhim Marketing” model

¹⁸⁶ Evidenca 18: Rregullorja për Qarkullimin dhe Arshivimin e dokumentacionit të brendshëm në UAMD

	<p>fotokopje e diplomës, së bashku me suplementit, bashkëngjitur me një vërtetim që studenti ka shlyer të gjitha detyrimet ndaj Universitetit në dosje personale si dhe një dokument (Score report ose fotokopje e çertifikatës) që vërteton mbrojtjen e gjuhës angleze.</p> <p>Dokumentacioni për studentët e Programit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” në Fakultetin e Biznesit që ruhet në formate elektronike është:</p> <p>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.</p> <p>Pranë UAMD-së funksionon Sektori i Publikimit, Statistikave dhe Komunikimit i cili është pjesë e Organigramës së Drejtorisë së Administrimit dhe Shërbimeve. Në kreun II, nenet 5 & 6 të rregullores së Sektorit të Publikimit, Statistikave dhe Komunikimit (ALUMNI) përcaktohen mënyra e organizimit, dhe funksionimi i këtij sektori (Evidenca 13)¹⁸⁷.</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi III.6 Në rastin e programit të studimit në “Master Profesional” institucioni ndjek një procedurë të qartë të zbatimit të njohurive nëpërmjet praktikës laboratorike, praktikës profesionale, praktikave klinike dhe stazheve.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Njësitë përgjegjëse, në funksion të mësim dhënies dhe përfutimit të njohurive, garantojnë mjedise Brenda ose jashtë institucionit, të përshtatshme për realizimin e praktikës laboratorike, praktikës profesionale.	
Kriteri 2. Institucioni, në bashkëpunim dhe partneritet, garanton realizimin e praktikave klinike dhe stazheve me format dhe teknologjinë më të fundit bashkëkohore me qëllim përfitimin më mirë të njohurive dhe kompetencave profesionale.	
Kriteri 3. Praktikat profesionale, klinikedhestazhet e zhvilluara gjatë studimeve, ekuivalentohen në kredite dhe dokumentohen në dokumentet e posaçme duke e shoqëruar me mendimin e trajnerëve dhe vlerësimin përkatës.	

¹⁸⁷ Evidenca 13: Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit Karrierës

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

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

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

Standardi IV.1	
Personeli akademik që mbulon programin e studimit, përmbush standardet sasiore 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.	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. Personeli akademik efektiv dhe me kontratë, personeli ndihmës akademik, që angazhohet në realizimin e programit të studimit, përmbush kërkesat ligjore në fuqi, për nivelin e duhur të kualifikimit akademik, për drejtimin e programit, drejtimin dhe angazhimin në mbulimin e lëndëve/moduleve mësimore të programit. Ka fushë kërkimore 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 departamentin, të cilin e realizon nëpërmjet organizimeve dhe aktiviteteve shkencore, për realizimin e studimeve të nivelit "master" dhe të "doktoratës".(Evidenca 5)¹⁸⁸, (Evidenca 6)¹⁸⁹.</p>
<p>Kriteri 2. Personeli akademik efektiv duhet të mbulojë ngarkesën mësimore për programin e studimit në përputhje me kornizën ligjore në fuqi.</p>	<p>Bazuar në akte nënligjore dhe ligjin e arsimit të lartë, Universiteti Aleksandër Moisiu, Fakulteti i Biznesit, Departamenti i Menaxhim-Marketingut është i fokusuar në respektimin e planeve, objektivave dhe rezultateve të parapërcaktuara të programit Master Shkencore 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.</p>
<p>Kriteri 3. Institucioni duhet të garantojë dhe të dëshmojë qëndrueshmërinë e personelit akademik të angazhuar në programin e studimit, për të gjithë periudhën e</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,</p>

¹⁸⁸ Evidenca 5: Staf i Akademik i Departamentit Marketing për vitet 2013 - 2023

¹⁸⁹ Evidenca 6: Staf i akademik i departamentit marketing me fushat specifike

<p>akreditimit, duke përfshirë kontratat e punësimit dhe mbulimin me sigurime shoqërore dhe shëndetësore.</p>	<p>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 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 pedagoqeve të ftuar të programit dokumentacioni ruhet në departament, fakultet, zyrën e personelit dhe pagave dhe zyrën e financës. Informacioni rreth dosjes se stafit akademik, ndihmës akademik, 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. (Evidenca 106)¹⁹⁰.</p>
<p>Kriteri 4. Institucioni ndjek procedura rekrutimi dhe vlerësimi, mbështetur në kriteret të përgjithshme dhe specifike të shpallura 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>Përzgjedhja e personelit me kohë të plotë bëhet me konkurim në bazë të akteve ligjore dhe nënligjore në fuqi. Departamentet, bazuar në analizën e nevojave të tyre, përcaktojnë kriteret specifike për vendet e punës, të cilat miratohen nga rektori. Shpallet njoftimi i konkursit për vendet e lira të punës në faqen zyrtare të Universitetit https://uamd.edu.al/mundesipunesimi/, në forme të shkruar dhe elektronike, në të cilën përfshihen proceduarat e aplikimit, kushtet që duhet të plotësojnë kandidatet dhe kriteret e vlersimit. Aplikimet pranohen vetëm me poste, dhe postimi behet brenda afateve te parashikuara ne njoftim. Shqyrtimi i dosjeve fillon jo më shpejt se dhjetë ditë pune nga perfundimi i afatit të parashikuar. Drejtuesi i njësies kryesore krijon komisionin ad hoc për përzgjedhjen e kandidateve fitues. Komisioni ad hoc përbëhet nga pesë anëtarë, nga të cilet, jo me pak se tre janë përfaqesues të njësise bazë, 3(tre) antaret e komisionit nga njësia baze propozohen nga Drejtuesi i Departamentit, Rektori dhe Dekani, përfaqesohen ne komision respektivisht me nga një anetarë të miratuar nga ata vetë.</p> <p>Vlerësimi i kandidatave përfshin dy faza të njëpasnjëshme, që jane vlerësimi i dosjes dhe intervista. Vetëm kandidatët e kualifikuar nga data e shqyrtimit të dosjeve i nënshtrohen intervistes. Kriteret me të detajuara per vlersimin me pike të kandidateve percaktohen në rregulloren e universitetit si dhe ato të njësive kryesore në përputhje me specifikat e tyre. Drejtuesi i njësise kryesore i paraqet rektorit renditjen e kandidateve sipas vendimit te komisionit ad hoc dhe rektori lidh kontraten me kandidatin e perzgjedhur, mbeshtetur në legjislacionin në fuqi. Për pervoja të procesit mesimor/kerkimor me propozim të drejtuesit të njësise bazë rektori mund te komandoje me afat te caktuar staf akademik me kohe te plote. Kontratat e punes, per te gjithë personelin akademik të universitetit, nenshkruhen nga rektori. Kontrata duhet të permbaje përshkrimin e vendit të punes dhe detyrimet e personelit, sipas legjislacionit ne fuqi. (Evidenca 108)¹⁹¹</p>
<p>Kriteri 5. Institucioni siguron dhe garanton angazhimin e personelit ndihmës akademik të përshtatshëm dhe të mjaftueshëm për realizimin e orëve laboratorike dhe për</p>	<p>Në rastin e programit Master Shkencor Menaxhim-Marketing studentët kryejnë disa orë në laboratorët kompjuterike në lëndën “E-Marketing” me qëllim që të aplikojnë në praktikë ato njohuri të cilat i kanë mësuar teorikisht në auditor, si edhe të aftësohen në përdorimin e</p>

¹⁹⁰ Evidenca 106: Vertetim per kontributet e sigurimit shoqeror dhe shendetesor

¹⁹¹ Evidenca 108: Model formulari për aplikim për staf akademik

<p>mirëmbajtjen e laboratorëve e mjediseve të tjera mësimor, sipas natyrës specifike të programit të studimit.</p>	<p>softëerve, të cilat ju vijnë në ndihmë për analizimin e të dhënave sasiore dhe cilësore të mbledhura nga një kërkim tregu. (Evidenca 52)¹⁹²</p>
<p>Kriteri 6. Institucioni mbledh, ruan dhe përditëson çdo vit akademik të dhënat e personelit të angazhuar në programin e studimit. 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.</p> <p>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 ndihmësmësimor-shkencor dhe administrativ. (Evidenca 107)¹⁹³.</p>
<p>Kriteri 7. 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 Masterit Shkencorë Menaxhim-Marketing pas përfundimit me sukses duke marrë notë kaluese në secilën prej tyre, përfshijnë detyrimet përmbyllesë të kryerjes dhe mbrojtjes së Praktikës Profesionale dhe të mbrojtjes së temës së diplomës.</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. 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 & Karrierës, i organizuar nga Fakulteti i Biznesit duke filluar nga qershor të vitit 2021 (dhe duke vazhduar në prill 2022 dhe maj 2023) ku kanë marrë pjesë mbi 200 biznese dhe institucione publike ka qenë një mundësi konkrete e kontakteve të drejtperdrejta (nëpërmjet intervistave dhe dorëzimit të CV) të studentëve me institucionet publike dhe private.</p> <p>(Evidenca 20)¹⁹⁴ (Evidenca 23)¹⁹⁵ (Evidenca 14)¹⁹⁶</p>
<p>Kriteri 8. Personeli mbikqyrës në ambientin pritës që angazhohet në realizimin e praktikave profesionale në bazë të marrëveshjeve, duhet të ndihmojë studentët në përbushjen e</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</p>

¹⁹² Evidenca 52: Foto te laboratoreve dhe auditoreve

¹⁹³ Evidenca 107: Rregullore-drejtoria-burimeve-njerezore-dhe-juridike

¹⁹⁴ Evidenca 20: Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit

¹⁹⁵ Evidenca 23: Marrëveshjet e bashkëpunimit të Departamentit Marketing

¹⁹⁶ Evidenca 14: Panairi i Punës në UAMD 2021 - 2023, foto + axhende 1

<p>detyrimeve /raportin përfundimtar të praktikës si dhe të marrë pjesë në procesin e vlerësimit të tyre për praktikën profesionale.</p>	<p>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);</p> <p>b. formularin e vlerësimit (Vertetim Praktike) të studentit nga mbikëqyrësi në kompani/institucion/organizatë (Aneksi 2);</p> <p>c. raportin përfundimtar të praktikës të përgatitur nga studentit 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 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. (Evidenca 94)¹⁹⁷, (Evidenca 81)¹⁹⁸.</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Nuk përmbushet</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p> <p style="text-align: center;">X</p>

<p>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.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi</p>
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>Proçesi mësimor për programin e studimeve Master Shkencorë “Menaxhim Marketing”, zhvillohet pranë ambjenteve të Fakultetit të Biznesit, Godina 2, Kampus, Spitallë, Durrës. Kjo godinë është e organizuar në 4 kate dhe ka në përbërje të saj:</p> <p>a. 15 auditorë</p> <p>b. 2 laboratore për zhvillimin e lëndëve të ndryshme si Informatikë, Statistikë, Ekonometri, Kontabilitet, Metoda të Kërkimit Shkencor etj.</p> <p>c. 1 sallë konferencash</p> <p>d. 4 salla mbledhjesh</p> <p>e. 43 zyra.</p> <p>f. 1 bibliotekë</p> <p>Ndërkohë që studentët e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing” kanë në dispozicion edhe një bibliotekë tjetër e cila nuk ndodhet te godina Nr. 2 por është e përbashkët për tre Fakultete dhe ndodhet te godina Nr. 1. Sipërfaqja e kësaj biblioteke është afërsisht 200 m² dhe ka një kapacitet për të studiuar 30 studentë njëkohësisht. Godina Nr. 2 mirëmbahet dhe pastrohet nga stafi ndihmës i fakultetit.</p> <p>(Evidenca 105)¹⁹⁹.</p>

¹⁹⁷ Evidenca 94: Rregullore e Praktikës Profesionale

¹⁹⁸ Evidenca 81: Foto e afishimit të emrit të lektorit, orës dhe ditës së konsultimit model

¹⁹⁹ Evidenca 105: Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së

<p>Kriteri 2. 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.</p>	<p>Ambientet e Godinës Nr. 2 janë të mjaftueshme për realizimin e programit të studimit Master Shkencorë “Menaxhim Marketing” në Fakultetin e Biznesit pranë departamentit të Marketingut. Këto ambiente përfshijnë auditorë, zyra, laboratore, salla konferencash, bibliotekë dhe salla mbledhjesh.(Evidenca 104)²⁰⁰</p> <p>Në godinën Nr. 2, në auditore, laboratorë, sallën e konferencave, sallat e mbledhjeve dhe zyra funksionon sistemi i ajrit të kondicionuar ngrohje-ftohje. Gjithashtu në varësi të funksionit të orëve mësimore këto ambiente janë të pajisura me mjetet e nevojshme të përshtatshme për mësimdhënie si kompjutera (desktop, laptop), video-projektorë, lidhje interneti, prize etj. Nga ana tjetër, ambientet ku zhvillohet mësimi plotësojnë të gjitha kriteret teknike si edhe normativën e sipërfaqes së shfrytëzueshme, referuar VKM. Nr.418, date 10.05.2017 "Për standardet, kriteret dhe procedurat për hapjen, riorganizimin, ndarjen, bashkimin ose mbylljen e institucioneve të arsimit të lartë dhe degëve të tyre sipas të cilit kërkohen 2.5 m² për student. Rezulton se referuar sipërfaqes gjithsej, Fakulteti i Biznesit ka kapacitete mbajtëse për një numër prej 5066 studentësh. (Evidenca 52)²⁰¹.</p>
<p>Kriteri 3. Laboratorët, studiot, atelietë apo mjediset e tjera, sipas natyrës specifike të programit, 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.</p>	<p>Për realizimin e disa lëndëve dhe/ose disa temave të veçanta është i nevojshëm shfrytëzimi i laboratorëve kompjuterike. Studentët e të gjitha cikleve të studimit në Fakultetin e Biznesit në përgjithësi dhe ata të Departamentit të Marketingut në veçanti, kanë mundësi të shfrytëzojnë të gjitha ambientet e mëposhtme.</p> <p>a. Dy salla kompjuterash (rreth 50 kompjutera gjithësej). Këto salla janë rezultat i investimeve të kryera nga Qendra Biznesi të interesuara për studentët e Fakultetit të Biznesit.</p> <p>b. Salla e konferencave është në dispozicion të studentëve të masterit gjatë kohës së mbrojtjes së praktikës mësimore ose mbrojtjes së diplomës para komisioneve përkatës.</p> <p>Të gjitha këto salla janë të pajisura me softëare specifike që ndihmojnë në realizimin e punës së pavarur të studentëve. Kjo e fundit përdoret edhe për mbrojtjen e dizertacioneve para jurisë dhe prezantime të ndryshme në kuadër të promovimit të stafit akademik. (Evidenca 52)²⁰².</p>
<p>Kriteri 4. 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.</p>	<p>Kështu, klasat e leksioneve janë të pajisura me videoprojektor dhe me mundësi për të aksesuar sistemin ëireless 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 ëireless 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 52)²⁰³</p>

²⁰⁰ Evidenca 105: Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së

²⁰¹ Evidenca 52: Foto të laboratorëve dhe auditoreve

²⁰² Evidenca 52: Foto të laboratorëve dhe auditoreve

²⁰³ Evidenca 52: Foto të laboratorëve dhe auditoreve

<p>Kriteri 5. Institucioni garanton, me kapacitetet që zotëron dhe/ose në bashkëpunim me institucione dhe subjekte të tjera (vërtetuar nëpërmjet marrëveshjeve të posaçme të bashkëpunimit), që mjediset janë të mjaftueshme, të përshtatshme dhe të posaçme për zhvillimin e praktikave profesionale dhe veprimtarive të tjera praktike. Në rastet e programeve të studimit në fushën mjekësore, institucioni duhet të sigurojë strukturat spitalore dhe ambulatorë me kapacitetet e nevojshme.</p>	<p>Një nga kushtet në përfundimin e Masterit Shkencorë Menaxhim-Marketing është realizimi i praktikave të studentëve. Praktikant zhvillohen pranë subjekteve të tjera, që zakonisht janë kompani të ndryshme, nën mbikqyrjen e lektorëve të departamentit, por ato nuk zhvillohen në ambientet e Fakultetit apo të Universitetit.</p>			
<p>Shkalla e përbushjes së standardit</p>	<p>Nuk përbushet</p>	<p>Përbushet pjesërisht</p>	<p>Përbushet kryesisht</p>	<p>Përbushet plotësisht X</p>

<p>Standardi IV.3</p>	
<p>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).</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi</p>
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>Literatura bazë dhe ndihmëse e vënë në dispozicion të studentëve të Masterit Shkencor Menaxhim-Marketing është e përditësuar dhe bashkëkohore. Ajo përditësohet në sillabuset e programit nga lektorët dhe në fillim të çdo viti akademik, lektorët pasqyrojnë në departament përditësimet e bëra në syllabus mbi literaturën bazë dhe ndihmëse.</p>
<p>Kriteri 2. Njësia përgjegjëse duhet të raportojë përditësimet e literaturës me botime të viteve të fundit.</p>	<p>Njësia bazë, që për rastin e Masterit Shkencor është Departamenti Menaxhim-Marketing, raporton në bibliotekën e Universitetit përditësimet dhe risit me botimet e reja të sjella nga pedagogët për sillabuset përkatës. (Evidenca 50)²⁰⁴</p>
<p>Kriteri 3. 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>Universiteti Aleksandër Moisiu siguron mjedise të përshtatshme për zhvillimin e veprimtarisë mësimore. Godina ku ndodhet Fakulteti i Biznesit është përfunduar së ndërtuari 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. Studentët e Masterit Shkencor e realizojnë mësimin nga dita e enjte deri ditën e diel. Ditën e enjte dhe të premte oraret e leksioneve fillojnë në orën 17.50 – 20.50, orar i përshtatshëm që u krijon mundësi studentëve edhe të punojnë dhe të studiojnë pranë bibliotekës. Ditën e shtunë dhe të diel oraret e mësimave janë nga ora 8.30-17.40. Fakulteti i Biznesit, në ambientet e të cilit zhvillohet</p>

²⁰⁴ Evidenca 50: Syllabuset e lendeve të MSH për vitin 2022 - 2023

	<p>Masteri Shkencor, Menaxhim - Marketing, është i pajisur me ambiente modern, si laboratore të informatikës, në të cilin zhvillojnë leksione të integruara me praktikën studentët e Marketingut.</p> <p>(Evidenca 105)²⁰⁵ (Evidenca 52)²⁰⁶ (Evidenca 102)²⁰⁷ (Evidenca 103)²⁰⁸</p>
<p>Kriteri 4. 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>Biblioteka u krijua në fund të vitit 2007 dhe ka aktualisht në fondin e saj rreth 12000 tituj ne gjuhën shqipe dhe të huaj, 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.</p> <p>Kapacitet e bibliotekës së FEA-së ofron 126 vende, kënde pune për punë në grup, kompjutera me mundësi akses në internet. Të gjitha këto kapacitete mund të shfrytëzohen nga studentët e masterit për të studiuar, realizuar detyrat dhe projektet e kursit apo prezantuar projektet e tyre. (Evidenca 68)²⁰⁹, (Evidenca 52)²¹⁰.</p>
<p>Kriteri 5. Institucioni duhet të krijojë kushte për shfrytëzim të barabartë e pa pagesë për studentët në bibliotekat online të fushës së programit të studimit.</p>	<p>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 risë dhe shpërndajë më shumë informacion në lidhje me shërbimet e saj. Biblioteka e Universitetit “Aleksandër Moisu” përfaqësohet gjithashtu në Bibliotekën Virtuale të Shqipërisë: COBIB.AL. (Evidenca 104)²¹¹, (Evidenca 68)²¹², (Evidenca 103)²¹³.</p>
<p>Kriteri 6. Biblioteka duhet të jetë e pajisur me programe kompjuterike dhe pajisje të tjera teknike, që mundësojnë shfrytëzimin pa kufizim për të gjithë studentët.</p>	<p>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 risë dhe shpërndajë më shumë informacion në lidhje me shërbimet e saj. Biblioteka e Universitetit “Aleksandër Moisu” përfaqësohet gjithashtu në Bibliotekën Virtuale të Shqipërisë: COBIB.AL. (Evidenca 68)²¹⁴, (Evidenca 103)²¹⁵.</p>
<p>Kriteri 7. 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.</p>	<p>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</p>

²⁰⁵ Evidenca 105: Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së

²⁰⁶ Evidenca 52: Foto të laboratorëve dhe auditoreve

²⁰⁷ Evidenca 102: Rregullorja e bibliotekes.doc

²⁰⁸ Evidenca 103: Strategjia e Bibliotekes

²⁰⁹ Evidenca 68: Te dhena per platformen on-line Biblioteka

²¹⁰ Evidenca 52: Foto të laboratorëve dhe auditoreve

²¹¹ Evidenca 104: Memo e kalendarit te bibliotekes per fundjavat 1

²¹² Evidenca 68: Te dhena per platformen on-line Biblioteka

²¹³ Evidenca 103: Strategjia e bibliotekes

²¹⁴ Evidenca 68: Te dhena per platformen on-line Biblioteka

²¹⁵ Evidenca 103: Strategjia e bibliotekes

	shfrytëzimin pa kufi nga ana e komunitetit të UMAD-së. (Evidenca 104) ²¹⁶ .			
Kriteri 8. 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 e fondit fizik dhe atij online, cilat janë kërkesat për tituj, por edhe për performancën e personelit akademik.	<p>Departamenti i Marketingut, si pjesë e Fakultetit të Biznesit, është vazhdimisht e orientuar për pasurimin e fondit fizik dhe të fondit online të bibliotekës. Përditësimet e pedagogëve që përcillen në sylabuse por dhe në literaturë ndihmëse, monitorohen dhe depozitohen në Bibliotekën e Universitetit.</p> <p>Nga ana tjetër, biblioteka qendrore e Universitetit e ka parashikuar në Rregulloren e saj si objektivin kryesorë rritjen dhe pasurimin e fondit të literaturës mbi lëndët që zhvillohen në Universitetin Aleksandër Moisiu.</p> <p>(Evidenca 102)²¹⁷.</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

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
Kriteri 1. Institucioni disponon sistem të menaxhimit nëpërmjet të cilit administrohet të gjithë informacionin që lidhet me studentët dhe aktivitetin e tyre nga regjistrimi deri në diplomim në programin e studimit.	<p>Universiteti Aleksander Moisiu, në përputhje me statutin e UAMD-së, nen 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: Informacion i regjistruar dhe ruajtur në mënyrë elektronike dhe informacion i regjistruar dhe ruajtur në mënyrë manuale.</p> <p>Pasi kandidati fiton statusin e studentit, regjistrohet në sekretarinë mësimore të fakultetit duke paraqitur dokumentacionin e nevojshëm 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 studentët pajiset me <i>username</i> dhe <i>passëord</i> personal. Studentët e regjistruar pajisen me librezë studentit.</p> <p>Mbështetur në legjislacionin në fuqi dokumentacioni themelor për studentët është:</p> <p>Regjistri themelart 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>

²¹⁶ Evidenca 104: Memo e kalendarit të bibliotekës për fundjavat 1

²¹⁷ Evidenca 102: Rregullorja e bibliotekës.doc

	<p>Regjistri i lëshimit të diplomave dhe certifikatave që vërteton emetimin e certifikatave dhe diplomave.</p> <p>Keto 3 regjistra ruhen, pas diplomimit, ne 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)²¹⁸</p>
<p>Kriteri 2. 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 Departamenti 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 ne 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 se stafit akademik, ndihmës akademik, adminstrativ 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>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.</p> <p>Informacion në lidhje me veprimtarinë e stafit akademik ruhet edhe nëpërmjet accouenteve që stafi ka në portalin e UAMD-së, informacion qëë 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 koordinator. (Evidenca 76)²¹⁹</p>
<p>Kriteri 3. 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 miratohen 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, ëeb, stenda, siguron informacion për publikun. Një vend të rëndësishëm zë edhe shpërndarja e informacionit që lidhet me mbarëvajtjen e procesit mësimor. Ky informacion</p>

²¹⁸ Evidenca 2: Statuti i UAMD

²¹⁹ Evidenca 76: Sistemi PITAGORA (RASH)

	dokumentohet në stenda dhe ëeb-in e Unversitetit 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, mundesitë e punësimit, kompetencat e stafit dhe studentëve etj. (Evidenca 110) ²²⁰
Kriteri 4. Sistemi i menaxhimit ka të integruar platforma dhe module që mundësojnë forma të komunikimit interaktiv dhe shkëmbimit të informacionit ndërmjet personelit akademik dhe studentëve.	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, prenotimin 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 ëebit-et e pedagogeve për materiale të ndryshme në lidhje me lëndë specifike. Çdo pedagog është i detyruar të vendose në ëeb-sitin e tij një formë të përmbledhur të ciklit të leksioneve të lëndës së tij si edhe informacione që ai i vlerëson të rendësishme për t'i komunikuar me studentet. (Evidenca 110) ²²¹
Kriteri 5. 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.	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 54) ²²²
Kriteri 6. 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.	Informacioni në lidhje me programin e studimit në faqen e ëeb-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 zyrtare, të cilat nuk çënojnë privatesinë e përdorueseve, por vetëm ndikojnë pozitivisht në informimin e përdorueseve. (Evidenca 110) ²²³

²²⁰ Evidence 110: Print screen faqet e rrjeteve sociale, FB,UAMD,departamenti marketing

²²¹ Evidence 110: Print screen faqet e rrjeteve sociale, FB,UAMD,departamenti marketing

²²² Evidenca 54: Rregullore e Departamentit Marketing

²²³ Evidence 110: Print screen faqet e rrjeteve sociale, FB,UAMD,departamenti marketing

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
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>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.</p> <p>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 Profesional 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 109)²²⁴</p>
<p>Kriteri 2. 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.</p>	<p>Insitucioni 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.</p> <p>(Evidenca 109)²²⁵</p>
<p>Kriteri 3. Institucioni kryen auditim periodik, vlerëson dhe dokumenton gjendjen e financimit dhe efektivitetin financiar të tij.</p>	<p>Insitucioni 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 tarifrat e studentëve si edhe financim nga shërbimet që UAMD ofron për aktorë</p>

²²⁴ Evidenca 109: Raporti-financiar-2021-2022

²²⁵ Evidenca 109: Raporti-financiar-2021-2022

	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 112) ²²⁶			
Kriteri 4. Institucioni raporton deri në nivelin e njësisë bazë përgjegjëse për programin e studimit mbi realizimin e buxhetit të miratuar të vitit paraardhës.	Relacioni mbi projekt buxhetin afatmesëm dhe afatgjatë hartohet në mënyrë periodike nga njesitë përgjegjëse të UAMD-së, si Drejtoria e Financës dhe Buxhetit e mbështetur nga personeli i drejtorive të tjera ndihmëse dhe ka si qellim 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) ²²⁷ , (Evidenca 111) ²²⁸ .			
Kriteri 5. 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.	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 109) ²²⁹			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Shkalla e përmbushjes së standardevë të fushës IV	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

²²⁶ Evidenca 112: Raporti Vjetor i Auditit të brendshëm për 2018-19

²²⁷ Evidenca 2: Statuti i UAMD

²²⁸ Evidenca 111: Tabela e kostove të programit Master "Menaxhim Marketing"

²²⁹ Evidenca 109: Raporti-financiar-2021-2022

V. STUDENTËT DHE MBËSHTETJA E TYRE

Standardi V.1	
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.	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>Universiteti “Aleksandër Moisiu” ka politika dhe procedura që mbulojnë në mënyrë të plotë ciklin hyrje deri në dalje të studentit në ciklin e dytë të studimeve universitare, Master Shkencor, 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 Ciklit të Dytë “Master Shkencor” në Menaxhim Marketing dhe Departamentit të Marketingut.</p> <p>Në funksion të kësaj janë konceptuar funksionimi i të gjithë organigramës së FB me njësi dhe struktura në funksion të procesit mësimor.</p> <p>Funksionet e këtyre njësive janë parashikuar në rregullore të posaçme si më poshtë:</p> <ol style="list-style-type: none"> Statuti i UAMD-së Rregullore e UAMD-së, miratuar me Vendim nr 154 datë 26.11.2018 të Senatit Akademik Rregullore e Fakultetit të Biznesit neni 30, 33 pika 3, neni 34, pika 4 Rregullore e Programit të studimeve Master “Menaxhim Marketing” <p>Sipas kësaj rregulloreje, ky program studimi pajis studentin me njohuri teorike dhe aftësim për të përballuar sfidat nga ana praktike në profesionin e tyre, i cili përshtatet me profilin e studimeve. Në fund të ciklit të dytë të studimeve Master Shkencor studenti mbyll karrierën me 120 kredite në një kohëzgjatje normale studimi prej 2 vitesh. Gjuha e zhvillimit të programit është gjuha shqipe. Kriteret dhe procedurat e pranimit janë në përputhshmëri me kriteret e përcaktuar në legjislacionin në fuqi dhe specifikuar në rregulloren e programit të studimit të ciklit të dytë për programin Master Shkencor në “Menaxhim Marketing”. (Evidenca 2)²³⁰, (Evidenca 4)²³¹, (Evidenca 19)²³², (Evidenca 12)²³³.</p>
<p>Kriteri 2. 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>Politikat dhe procedurat për kandidatët studentë dhe studentët e programit të studimit parashikohen respektivisht në:</p> <ol style="list-style-type: none"> Rregulloren e UAMD, miratuar me Vendim nr 154 datë 26.11.2018 të Senatit Akademik neni 40,45,46. Rregulloren e Fakultetit të Biznesit neni 29, pika 4 e cila thotë: Departamentet propozojnë kriteret e pranimit për çdo program studimi që mbulojnë si dhe kriteret që do përdoren për përzgjedhjen e kandidatëve fitues. Kriteret e propozuara nga Njësia Bazë miratohen nga Dekanati dhe pas miratimit në Senatin Akademik, u vihen në dispozicion të Qendrës së Shërbimeve Arsimore dhe

²³⁰ Evidenca 2: Statuti i UAMD

²³¹ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

²³² Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

²³³ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

	<p>ministrisë përgjegjëse për arsimin para fillimit të aplikimeve për pranime...”neni 29/ pika 5 “... Fakulteti i Biznesit mund të vendosë edhe kritere shtesë pranimi për përzgjedhjen e kandidatëve, të cilat shpallen publikisht përpara fillimit të aplikimeve. Kriteret shtesë vihen në dispozicion të Qendrës së Shërbimeve Arsimore dhe ministrisë përgjegjëse për arsimin...” neni 29 pika 6 “...Pranimet e studentëve në të gjitha programet e studimit bëhen me vendim të veçantë të komisioneve ad-hoc, në përputhje me standardet shtetërore, kapacitetet akademike dhe infrastrukurore, të cilat verifikohen dhe certifikohen nga ministria përgjegjëse për arsimin, të ngritura nga njësia kryesore,etj.</p> <p>c. Rregulloren e Programit të studimeve Master Shkencor në “Menaxhim Marketing” neni 7, neni 10 garanton qartësisht politika dhe procedura transparente për barazinë dhe të drejta për të gjithë kandidatët për studentë në këtë program studimi. Këto politika sigurojnë, informim për kriteret, afatet dhe procedurat e kalimit nga njëri vit në tjetrin.</p> <p>d. Memon e përgjegjesit te departamentit, datë 26.03.2018 për Kriteret e pranimit në Ciklin e Dytë të Studimeve Master për Departamentin e Marketingut. (Evidenca 92)²³⁴, (Evidenca 55)²³⁵</p> <p>Politikat e pranimeve në këtë program studimi përcaktojnë qartë ciklet dhe programet e studimit nga ku mund të pranohet kontigjenti i aplikantëve.</p> <p>Në këtë program mund të aplikojnë:</p> <p>a) Kandidatët që kanë përfunduar me sukses ciklin e parë të studimeve dhe plotësojnë kriteret e përcaktuara nga Departamenti.</p> <p>b) Kandidatët që kanë një diplomë të shkollës së lartë ekuivalente të një vendi të huaj;</p> <p>Si edhe shtetasit e huaj në kushtet dhe mënyrat e parashikuara nga marrëveshjet dypalëshe ose shumëpalëshe.</p> <p>(Evidenca 4)²³⁶, (Evidenca 19)²³⁷.</p>
<p>Kriteri 3. Institucioni harton dhe publikon përpara çdo viti akademik kritere 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.</p>	<p>Këto kritere përcaktojnë notën mesatare, formimin e aplikantit etj.</p> <p>(Evidenca 92)²³⁸ (Evidenca 55)²³⁹ (Evidenca 19)²⁴⁰ (Evidenca 12)²⁴¹</p>
<p>Kriteri 4. Kriteret, procedurat e pranimit dhe përzgjedhjes së studentëve, përparimit përgjatë kursit të studimit, të transferimit, njohjes së studimeve të mëparshme ose të pjesëshme, 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.</p> <p>“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 pjesëshëm apo edhe i realizuar</p>

²³⁴ Evidenca 92: Memo shembull e përgjegjesit te departamentit mbi kriteret e pranimit ne Bsc dhe Msc

²³⁵ Evidenca 55: Kriteret e pranimeve per vitin 2022 - 2023

²³⁶ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

²³⁷ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

²³⁸ Evidenca 92: Memo shembull e përgjegjesit te departamentit mbi kriteret e pranimit ne Bsc dhe Msc

²³⁹ Evidenca 55: Kriteret e pranimeve per vitin 2022 - 2023

²⁴⁰ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

²⁴¹ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

	<p>ne 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.</p> <p>Në rregulloren e Universitetit “Aleksandër Moisiu”, Fakultetit të Biznesit dhe Rregulloren e Programit të studimeve Master në 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.</p>
<p>Kriteri 5. 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 programit Master Shkencore përmes disa mënyrave.</p> <p>a. <i>Së pari</i>, informacioni perditesohet në faqet e rrjeteve sociale të Fakultetit dhe të Departamentit lidhur me përmbajtjen, karakteristikat e këtij programi studimi për aplikantët e interesuar.</p> <p>b. <i>Së dyti</i>, për studentët në përfundim të ciklit ë parë të studimeve bachelor, orientohen drejt marrjes së informacionit për rëndësinë e këtij programi studimi.</p> <p>c. Një mënyrë tjetër komunikimi është ajo përmes komunikimit me studentët që janë në përfundim të ciklit të studimeve të Ciklit të Dytë të studimeve në Menaxhim Marketing, të cilët ua referojnë këtë program studimi shokëve, miqve apo të afërmeve të tyre.</p> <p>Në rregulloren e Fakultetit të Biznesit neni 29, “Format e studimeve“ dhe neni 34 “Pranimi në Programet e ciklit të dytë të studimeve“ përcaktohen organet përgjegjëse dhe procedurat për përcaktimin e kriterëve të pranimeve të studentëve në Programet e ciklit të Dytë të studimeve. (Evidenca 19)²⁴².</p> <p>Gjithashtu informacioni shpërndahet nëpërmjet mediave sociale si dhe stafit akademik të departamentit.</p>
<p>Kriteri 6. Institucioni harton dhe publikon përpara çdo viti akademik kriteret e veçanta për përzgjedhjen e kandidatëve me aftësi të veçanta, të pakicave dhe shtresave të marginalizuara.</p>	<p>Këto kriteret përcaktojnë notën mesatare, formimin e aplikantit etj.</p> <p>(Evidenca 92)²⁴³, (Evidenca 55)²⁴⁴.</p>
<p>Kriteri 7. Institucioni harton dhe publikon përpara çdo viti akademik kriteret për përzgjedhjen e kandidatëve nga shtete të tjera.</p>	<p>Në rregulloren e Universitetit “Aleksandër Moisiu”, Fakultetit të Biznesit dhe Rregulloren e Programit të Studimit Master në “Menaxhim Marketing”, propozohen kriteret e përzgjedhjes së kandidatëve, të cilat miratohen në dekanat dhe shpallen në web-in e Universitetit.</p>

²⁴² Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

²⁴³ Evidenca 92: Memo shembull e përgjegjesit te departamentit mbi kriteret e pranimit ne Bsc dhe Msc

²⁴⁴ Evidenca 55: Kriteret e pranimeve per vitin 2022 - 2023

Kriteri 8. Institucioni harton politika të ndihmës/bursave për shtresa në nevojë dhe për të rritur cilësinë e pranimit në programe me përparësi për institucionin dhe për zhvillimin ekonomik të vendit.	Në lidhje me këtë kriter institucioni ngre një grup pune në Fakultetin e Biznesit, për pranimin dhe shqyrtimin e dokumentacionit për studentët e ciklit të parë dhe të dytë të cilët do të përfitojnë përjashtim apo reduktim të tarifës së shkollimit si dhe dokumentacionin e paraqitur nga studentët e ciklit të parë të cilët do të trajtohen me bursë (Evidenca 93) ²⁴⁵ .			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

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
Kriteri 1. 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.	Fakulteti i Biznesit, Departamenti i Marketingut realizojnë transparencën lidhur me përparimin akademik të karrierës së studentit përmes rregullores së Fakultetit e cila specifikon saktë organizimin e studimeve, vlerësimin e dijeve, transferimet dhe ekuivalentimi i studimeve. Kjo tregohet tek Rregullorja e Fakultetit të Biznesit, Neni 48 (Evidenca 19) ²⁴⁶ . Sipas rregullores së Fakultetit të Biznesit, Neni 52: “Frekuentimi i orëve mësimore”, syllabusi i bëhet prezent dhe i shpjegohet studentëve me detaje që në orën e parë që lektori përkatës futet në leksion me studentët. Ky është një detyrim që secili prej lektorëve e realizon dhe më pas në pyetësorin e realizuar me studentët (dy here 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 50) ²⁴⁷ .
Kriteri 2. Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e njohjeve të kualifikimeve të mëparshme ose studimeve të pjesshme.	Fakulteti i Biznesit ka një sistem informacioni për të transmetuar tek 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 e universitetit, i cili është i aksesueshëm nga të gjithë studentët. Statuti i Universitetit, Rregullorja e UAMD, Rregullorja e Fakultetit, Rregullorja e Programit të studimeve Master Shkencor në “Menaxhim Marketing”, Rregullorja e Departamentit janë në dispozicion të të interesuarve për të parë qartazi kriteret e përcaktuara për procesin e konvertimit. (Evidenca 55) ²⁴⁸ , (Evidenca 2) ²⁴⁹ .

²⁴⁵ Evidenca 93: Vendime për reduktimin e tarifave v.a 2021 - 2022

²⁴⁶ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

²⁴⁷ Evidenca 50: Syllabuset e lendeve të MSH për vitin 2022 - 2023

²⁴⁸ Evidenca 55: Kriteret e pranimeve 2022-2023

²⁴⁹ Evidenca 2: Statuti i UAMD

<p>Kriteri 3. Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e vlerësimit të dijeve e aftësi të studentëve në programin e studimit.</p>	<p>Në Fakultetin e Biznesit, UAMD ka një strukturë të organizuar për të pajisur studentët me 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 standat 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. (Evidenca 19)²⁵⁰, (Evidenca 72)²⁵¹.</p>
<p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e punimit të diplomës dhe diplomimit në programin e studimit.</p>	<p>Studimet e ciklit të dytë Master Shkencor në Menaxhim Marketing, përmbyllet me punim diplome dhe në përfundim të tyre lëshohet diplomë "Master Shkencor" në Menaxhim Marketing. Punimi i diplomës është një punim i pavarur shkencor i studentit. Departamenti informon studentët përmes standave në Fakultet, rrjeteve sociale, apo leksione të hapura me studentët për kriteret që kërkohet të plotësohen për procedurat e punimit të diplomës. Këto leksione mbahen nga lektorë të Metodave të Kërkimit Shkencor, që janë pjesë e Departamentit të Marketingut, i cili i ka të parashikuara në planin e aktiviteteve vjetore këto veprimtari.</p> <p>Studenti plotëson një formular tip, ku specifikohet emri i studentit, fusha e studimit të kërkuar, propozimi për profesorin udhëheqës pasi është marrë edhe aprovimi i tij. (ky format dhe formatet e tjera të formave të vlerësimit nga ana e pedagogut udhëheqës ndodhen në aneksin bashkëngjitur Rregullores së Diplomimit).</p> <p>Nga ana tjetër, Departamenti i vë në dispozicion studentëve përmes adresave të tyre elektronike Rregulloren e Diplomimit e cila njih studentët me mënyrën e punimit të tezës së masterit duke përfshirë jo vetëm formatin e shkrimit por edhe udhëzime në lidhje me organizimin e përgjithshëm të saj, kontrollin, vlerësimin e punimit etj. (Evidenca 2)²⁵², (Evidenca:94)²⁵³, (Evidenca 48)²⁵⁴, (Evidenca 4)²⁵⁵, (Evidenca 85)²⁵⁶.</p>
<p>Kriteri 5. 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>	<p>Departamenti i Marketingut realizon një proces komunikimi të vazhdueshëm në lidhje me këtë program studimi përmes takimeve të hapura me studentët e viteve të treta bachelor që janë në prag të diplomimit si aplikantë potencialë për programin e masterit shkencor. Gjithashtu, Departamenti i Marketingut ka faqen e tij në Facebook dhe Instagram ku informon publikun, partnerët dhe studentët e ardhshëm lidhur me programin e studimit. Veç kësaj, përmes komunikimit me studentët që janë në përfundim të ciklit të dytë të studimeve Msc në</p>

²⁵⁰ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

²⁵¹ Evidenca 72: Rregullore provimeve Fakulteti Biznesit

²⁵² Evidenca 2: Statuti i UAMD

²⁵³ Evidenca 94: Rregullore e Praktikës Profesionale

²⁵⁴ Evidenca 48: Rregullore e mikrotezes

²⁵⁵ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

²⁵⁶ Evidenca 85: Rregullore diplomimi

	Menaxhim Marketing, të cilët ju referojnë këtë program studimi shokëve, miqve apo të afërme të tyre.			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

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 nxënit dhe mundësitë e punësimit.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Studentët informohen në mënyrë të hollësishme për strukturën, organizimin dhe kohëzgjatjen e programit të studimit.	<p>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 nëpërmjet faqeve zyrtare të mediave sociale të Departamentit Marketing, në lidhje me 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.</p> <p>Informacioni i përgjithshëm mbi politikat dhe procedurat mund të aksesohen në Rregulloren e Fakultetit të Biznesit, Rregulloren e Programit të studimeve Master Shkencor në “Menaxhim Marketing” tek Statuti i UAMD-së, Neni 63, “Programet e ciklit të dytë të studimeve” (Evidenca 2)²⁵⁷, në Rregulloren e UAMD-së, miratuar me Vendim nr. 154 datë, 26.11.2018 të Senatit Akademik, Neni 45, “Programet e ciklit të dytë të studimeve”, si dhe në rregulloren e Programit të studimeve Master Shkencor në “Menaxhim Marketing”. (Evidenca 4)²⁵⁸, (Evidenca 12)²⁵⁹</p>
Kriteri 2. Institucioni vë në dispozicion të studentëve informacion dhe dokumentacion/ udhëzues të posaçëm për lëndët/modulet, përmbajtjen dhe veprimtaritë formuese.	<p>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.</p> <p>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 mjedise të caktuara të universitetit, njoftimeve në website apo rrjete sociale të cilat janë mjaft aktive.</p> <p>Nga ana tjetër prezantohet dhe i shpjegohet studentëve me detaje syllabusi që në orën e pare që lektori përkatës futet në leksion me studentët. Ky</p>

²⁵⁷ Evidenca 2: Statuti i UAMD

²⁵⁸ Evidenca 4: Rregullore e UAMD

²⁵⁹ Evidenca 12: Rregullore e programit Master shkencor MM

	<p>është një detyrim që secili prej lektorëve e realizon dhe është lehtësisht e kontrollueshme përmes pyetësorit të realizuar me studentët (dy here 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. Kjo shihet edhe te RVB-ja e Fakultetit të Biznesit, Seksioni III, "Sistemi i Brendshëm i Sigurimit të Cilësisë, pika 1. (Evidenca 27)²⁶⁰.</p>
<p>Kriteri 3. Institucioni informon studentët mbi mundësitë e punësimit, si dhe mbështetjen institucionale për orientimin drejt dhe në tregun e punës.</p>	<p>Universiteti "Aleksandër Moisiu" ka strukturën e Qendrës së Karrierës dhe Alumnit për të koordinuar të gjithë punën në aspektin e vlersimit të mundësive të punësimit dhe suportit insitucional të studentëve. Zyra e Karrierës si funksion të saj parësor ka 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.</p> <p>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 përpilimit 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 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. (Evidenca 13)²⁶¹, (Evidenca 41)²⁶², (Evidenca 95)²⁶³.</p> <p><u>Karriera dhe Alumni - Universiteti "Aleksandër Moisiu" (uamd.edu.al)</u></p>
<p>Kriteri 4. Studentëve u vihet në dispozicion informacioni i gjerë dhe i përditësuar për zhvillimin dhe organizimin e procesit mësimor, logjistikën, infrastrukturën dhe shërbimet në funksion të realizimit të tij.</p>	<p>Studentëve u krijohet mundësia të aksesojnë informacion të plotë në lidhje me organizimin e mësimin përmes afishimit të orarit në stendat e vendosura në ambientet e Fakultetit të Biznesit. Ky orar bëhet i aksesueshëm edhe përmes faqes së Facebook dhe Instagram të Fakultetit të Biznesit dhe të 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. Gjithashtu si pjesë e faciliteteve që u krijohen studentëve të Programit Master është edhe zhvillimi i mësimin në fundjavë, gjë që ju krijon atyre mundësinë të ndjekin studimet në shërbim të kualifikimit të tyre për pozicionin e punës, pa patur nevojë të ndërpresin punën për të ndjekur studimet. Pjesë e infrastrukturës lehtësuese është edhe funksionimi i Bibliotekës ditën e shtunë, ditë që përkon me njërin prej ditëve kur</p>

²⁶⁰ Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020-2021

²⁶¹ Evidenca 13: Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit _ Karrierës

²⁶² Evidenca 41: Shoqata Alumni UAMD dhe Aktivitetet

²⁶³ Evidenca 95: Udhezues nga Qendra e Karrierës dhe Alumni UAMD

	studentët e këtij program zhvillojnë mësim. Sekretaria e Masterit 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 96) ²⁶⁴ .			
Kriteri 5. 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 dhe rrjeteve sociale të UAMD, si dhe rrjeteve sociale Facebook dhe Instagram të Fakultetit dhe Departamentit (që i jep studentëve mundësinë e informimit në distancë), sekretarisë mësimore të Masterit, gjithashtu dhe nëpërmjet e-maileve të pedagogëve mentorues që Departamenti i Marketingut e ka tashmë traditë. Në mënyrë të përditësuar këto mjete komunikimi informojnë studentët e MSC për aktivitetet në vijim, njoftime mbi procesin mësimor, apo dhe si një mjet komunikimi i shpejtë për çdo pyetje që drejtohet nëpërmjet këtyre mjeteve të komunikimit. Komunikimi me studentët mbështetet dhe në Strategjinë e komunikimit të UAMD-së. (Evidenca 97) ²⁶⁵ .			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi V.4

Institucioni i arsimit të lartë mbledh, administron, përditëson dhe ruan të dhëna të hollësishme 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.

Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. 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 Masterit Shkencor. Kjo bëhet pjesë e RVB të Fakultetit të Biznesit të çdo Viti Akademik. Ky informacion ruhet në Departament 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, si edhe tek Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore-Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut (Evidenca 27) ²⁶⁶ , (Evidenca 26) ²⁶⁷ .
Kriteri 2. 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

²⁶⁴ Evidenca 96: Rregullore e Sekretarisë Mesimore

²⁶⁵ Evidenca 97: Strategjia e Komunikimit - UAMD

²⁶⁶ Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020-2021

²⁶⁷ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

	Vlerësimi të Brendshëm Fakulteti i Biznesit, Viti akademik 2020-2021, Grafiku 4. (Evidenca 27) ²⁶⁸ , (Evidenca 26) ²⁶⁹ .
Kriteri 3. 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.	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 data bazën 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 (Evidenca 96) ²⁷⁰ .
Kriteri 4. Institucioni mbështet me akte, kontrollin periodik pranë gjithë njësisve 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 databazën 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 (Evidenca 96) ²⁷¹ .
Kriteri 5. Njësia 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 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. Universiteti “Aleksandër Moisiu” harton raporte të përvitshme në lidhje me ecurinë e procesit mësimor. (Evidenca 27) ²⁷² , (Evidenca 26) ²⁷³ , (Evidenca 25) ²⁷⁴ .

²⁶⁸ Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020-2021

²⁶⁹ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

²⁷⁰ Evidenca 96: Rregullore e Sekretarise Mesimore

²⁷¹ Evidenca 96: Rregullore e Sekretarise Mesimore

²⁷² Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020-2021

²⁷³ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

²⁷⁴ Evidenca 25: Analiza vjetore e UAMD 2021 - 2022

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 programit të studimit, metodave të mësimdhënies dhe cilësisë së burimeve e shërbimeve ndaj tyre.	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>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 kanë përfaqësuesin e tyre në Senatin Akademik, si organi më i lartë shkencor në Universitet. Statuti i UAMD, Rregullorja e UAMD, miratuar me Vendim nr 154 datë 26.11.2018 të Senatit Akademik, Rregullorja e Fakultetit të Biznesit, parashikojnë organizimin e studentëve në këshilla studentore për të bërë të ndjeshëm opinionin e tyre. (Evidenca 2)²⁷⁵, (Evidenca 4)²⁷⁶, (Evidenca 19)²⁷⁷.</p>
<p>Kriteri 2. Institucioni duhet të garantojë se përfshirja e studentëve dhe/ose përfaqësuesve të tyre në vendimarrje, këshillim apo vlerësimin mbi procesin akademik, të jetë reale, konkrete, frutdhënëse dhe me rezultate lehtësisht të verifikueshme e të matshme.</p>	<p>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, nr telefoni dhe njoftohen përmes tyre. Njoftimi për studentët e interesuar bëhet që në fillim të vitit akademik, gjithashtu dhe në vazhdim nëpërmjet kanaleve të ndryshme të komunikimit, si postera, media sociale, faqe web. https://www.uamd.edu.al/index.php/sq/2022/02/04/njoftim-mbi-zgjedhjet-studentore/ Nga ana tjetër 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 transparente dhe i</p>

²⁷⁵ Evidenca 2: Statuti i UAMD, neni 22

²⁷⁶ Evidenca 4: Rregullore e UAMD, Neni 12

²⁷⁷ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit

	<p>vihen në dispozicion individualisht, të gjithë anëtarëve të stafit akademik të vlerësuar, përgjegjësive të departamentit, si dhe dekanit nga DKSC në Rektorat. (Evidenca 33)²⁷⁸, (Evidenca 98)²⁷⁹.</p> <p>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 29)²⁸⁰, (Evidenca 40)²⁸¹, (Evidenca 32)²⁸².</p>
<p>Kriteri 3. 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 lirish, referuar këtyre të drejtave të përcaktuara, mendimet e tyre sipas Statutit të UAMD, neni 89, Rregullores së UAMD, neni 115, Rregullores së Fakultetit të Biznesit, neni 79, "Të drejtat dhe detyrimet e studentit".</p> <p>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. 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)²⁸³, (Evidenca 4)²⁸⁴, (Evidenca 19)²⁸⁵, (Evidenca 27)²⁸⁶. Gjithashtu, studentët pyeten në mënyrë periodike mbi atë se çfarë ata shohin si domosdoshmëri për t’u përmirësuar në kurrikulën e tyre ose gjatë procesit të mësimdhënies. Nëpërmjet këtyre pyetësorëve Departamenti Marketing synon që të arrijë përmirësime të cilat të jenë në të njëjtin hap me zhvillimet e shpejta në fushat shoqërore dhe ekonomike. Gjithashtu dhe për zgjerimin apo përmirësimin e kurrikulave të këtij cikli për studentët tanë aktuale dhe të ardhshëm. (Evidenca 99)²⁸⁷, (Evidenca 38)²⁸⁸.</p>
<p>Kriteri 4. Studentëve u mundësohet dhënia e mendimit mbi barazinë dhe ndershmërinë e kryerjes së procesit të vlerësimit dhe kontrollit të dijeve,</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,</p>

²⁷⁸ Evidenca 33: Tabela e vlerësimit të stafit akademik nga rektorati

²⁷⁹ Evidenca 98: Memo në lidhje me vlerësimin e stafit akademik të Departamentit Marketing 2018-2019

²⁸⁰ Evidenca 29: Model pyetësori për vlerësimin e stafit akademik

²⁸¹ Evidenca 40: Analiza e rezultateve të anketimit për studentët, stafin akademik dhe administrativ)

²⁸² Evidenca 32: Raport vlerësimi për stafin akademik nga studentët shembull

²⁸³ Evidenca 2: Statuti i UAMD, neni 89

²⁸⁴ Evidenca 4: Rregullore e UAMD, neni 115

²⁸⁵ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit, neni 79

²⁸⁶ Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020-2021, Seksioni III

²⁸⁷ Evidenca 99: Pyetësor për studentët e Masterit Shkencor “Menaxhim Marketing”

²⁸⁸ Evidenca 38: Relacion i NjBSC mbi realizimin e mesimdhënies online dhe pyetësori

përfshirë mundësinë e ankimimit të rezultatit, rishikimit dhe reflektimit nga ana e institucionit/njesisë/pedagogut përgjegjës.

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. 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 semestrit, aktivizimi gjatë orëve të mësimi, përmbajnë 100 pikë ose 10% e vlerësimit përfundimtar.

Sipas Nenit 26 të Rregullores së Programit Master mbi ankimimin rezultati të provimit 1. Studenti ka të drejtë të ankohet për shkelje të rregullave të zhvillimit të provimit dhe vlerësimin. Ankesa i drejtohet me shkrim Drejtuesit të Njesisë Kryesore ku bën pjesë studenti jo më vonë se 3 ditë kalendarike nga dita e publikimit të rezultateve. 2. Nëse Drejtuesi i Njesisë Kryesore e sheh të arësyeshme, i kalon për shqyrtim kërkesën Përgjegjësit të Departamentit përkatës. Pasi Përgjegjësi i Departamentit shqyrton kërkesën dhe vë në dijeni personelin akademik të kursit, dërgon një relacion shpjegues tek Drejtuesi i Njesisë Kryesore. 3. Drejtuesi i Njesisë Kryesore vendos për miratimin ose refuzimin e kërkesës së studentit në bazë të relacionit. Nëse kërkesa refuzohet, studentin njoftohet për këtë vendim dhe për arësyet e refuzimit. Nëse kërkesa miratohet, Dekani ngre një komision ad-hoc për rishikimin e tezës nëse kursi mbulohet nga një departament i vetë Njesisë Kryesore. 4. Jo më vonë se 3 ditë nga miratimi i kërkesës, Përgjegjësi i Departamentit përcakton ditën dhe orën se kur do të mblidhet komisioni ad-hoc dhe njofton për këtë personelin akademik të seksionit dhe studentin. 5. Rishikimi i tezës nga komisioni ad-hoc realizohet në prezencë të studentit dhe komisionit. Në përfundim të procesit, komisioni mban një procesverbal të veçantë ku pasqyrohet vendimin e tij së bashku me arësytimin përkatës. Në rast se ka ndryshim në vlerësimin e provimit, atëherë ky ndryshim duhet të pasqyrohet në procesverbalin e kursit duke ndjekur procedurat e përcaktuara në rregulloren e UAMD-së.

(Evidenca 4)²⁸⁹, (Evidenca 19)²⁹⁰

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

²⁸⁹ Evidenca 4: Rregullore e UAMD, nenet 68, 69 & 70

²⁹⁰ Evidenca 19: Rregullore e Fakultetit të Biznesit, nenet 53, 54, 55

Standardi V.6	
Institucioni i arsimit të lartë ka procedura e njësi të posaçme për pritjen, orientimin, këshillimin e studentëve, menaxhimin e ankimeve e problematikave, të cilat ushtrojnë veprimtarinë në mënyrë të përhershme e janë lehtësisht të arritshme nga studentët.	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. 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 website apo rrjete sociale të cilat janë mjaft aktive. Në website studentët mund të shkarkojnë çfarëdo lloj dokumenti që ju shërben edhe për tarifat e studimeve.</p> <p>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.</p>
<p>Kriteri 2. 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.</p> <p>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 arësye të ndryshme.</p> <p>Sekretaria e Masterit ndër të tjera shërben edhe për të asistuar studentët për problematikën 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</p>

	mësimore efektive, studentët që përfitojnë bursë etj., si dhe raporton periodikisht në Ministrinë e Arsimit dhe Sporteve në lidhje me këto të dhëna.			
Kriteri 3. 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.	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. https://www.uamd.edu.al/index.php/sq/karriera/			
Kriteri 4. 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>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.</p> <p>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 pëpilimit 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 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.</p> <p>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.</p> <p>https://www.uamd.edu.al/index.php/sq/karriera/</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Shkalla e përbushjes së standardeve të fushës V	Nuk përbushet	Përbushet pjesërisht	Përbushet kryesisht	Përbushet plotësisht
				X

VI. SIGURIMI I CILËSISË SË PROGRAMIT TË STUDIMIT MASTER SHKENCOR MENAXHIM MARKETING

Standardi VI.1	
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.	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>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)²⁹¹, (Evidenca 22)²⁹².</p> <p>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 28)²⁹³.</p>
<p>Kriteri 2. 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:</p> <p>Analizimi i kalendarit të aktiviteteve. Në një mbledhje departamenti analizohet se sa janë realizuar aktivitetet e parashikuara në kalendarin e vitit akademik të kaluar.</p> <p>Pyetësi i vlerësimit të pedagogëve nga studentët. Në mes të çdo semestri realizohet anketimi i studentëve. Ai 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 anonimat. 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 përgjegjësit të departamentit për analiza të mëtejshme dhe marrjen e masave përkateëse, sipas rastit. (Evidenca 29)²⁹⁴</p> <p>Për shkak të mësimin në distancë gjatë periudhës së pandemisë ky pyetësor nuk u arrit të realizohej.</p> <p>Formular i vetvlerësimit të performancës. Në këtë formular stafi akademik dokumenton ngarkesën mësimore, performancën individuale në kërkimin shkencor dhe botimet etj (Evidenca 30)²⁹⁵.</p>

²⁹¹ Evidenca 1: Plani i zhvillimit strategjik të UAMD 2020 – 2025

²⁹² Evidenca 22: Analiza vjetore e departamentit 2021 – 2022, fq 22 – 24

²⁹³ Evidenca 28: Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD

²⁹⁴ Evidenca 29: Model pyetësi për vlerësimin e stafit akademik

²⁹⁵ Evidenca 30 : Formular i vetvlerësimit të performancës model

<p>Kriteri 3. Institucioni garanton përfshirjen e studentëve në vlerësimin periodik të formave e metodave të mësimdhënies, të vlerësimit të dijeve, përfshirë mundësinë e trajtimit të ankimimeve.</p>	<p>Njësia e Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë (NjSBC) përfshin studentët në vlerësimin periodik të metodave të mësimdhënies dhe vlerësimit të dijeve nëpërmjet pyetësorit të vlerësimit të pedagogëve, të përmendur edhe më lart. Ky pyetësor i miratuar nga Komisioni i Përhershëm për Garantimin e Standarteve dhe Cilësisë (KPGSC) 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 opinioneve 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 ankimimeve në mënyrë të drejtpërdrejtë dhe/ose të tërthortë (Evidenca 31)²⁹⁶, (Evidenca 4)²⁹⁷.</p>			
<p>Kriteri 4. Strukturat përgjegjëse për monitorimin dhe sigurimin e cilësisë në mësimdhënie bëjnë publike rezultatet e vlerësimit.</p>	<p>Rezultatet e marra nga pyetësori 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 Njësive Kryesore të tij, si edhe për transparencë i dërgohen edhe çdo lektori personalisht (Evidenca 32)²⁹⁸. Në qoftë se një lektor nuk del me rezultat pozitiv, 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, përfshirë edhe pjesëmarrjen në trajnimet e organizuara nga Qendra për Edukimin në Vazhdim në UAMD (Evidenca 33)²⁹⁹, (Evidenca 25)³⁰⁰.</p>			
<p>Kriteri 5. Institucioni, nëpërmjet mekanizmave të vlerësimit dhe rezultateve të marra, promovon shembuj të praktikave të mira, nxit personelin akademik për përmirësimin e mëtejshëm të mësimdhënies.</p>	<p>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 24)³⁰¹. 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 26)³⁰².</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Nuk përmbushet</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>
				X

²⁹⁶ Evidenca 31: Rregullore provimesh FB, paragrafi C, pika 8 dhe 10

²⁹⁷ Evidenca 4: Rregullore e UAMD, neni 71

²⁹⁸ Evidenca 32: Raport vlerësimi për stafin akademik nga studentët shembull

²⁹⁹ Evidenca 33: Tabela e vlerësimit të stafit akademik nga rektorati

³⁰⁰ Evidenca 25: Analiza vjetore e UAMD, 2021-2022, fq 52-53

³⁰¹ Evidenca 24 : Lista e Mobiliteteve te Stafit & Studenteve ne fakultetin e biznesit

³⁰² Evidenca 26 : Analiza vjetore e departamentit te marketingut 2021 – 2022

Standardi VI.2	
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.	
Kriteret	Vlerësimi
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>Në zbatim të nenit 103, të Ligjit “Për Arsimin e Lartë dhe Kërkimin shkencor 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 34)³⁰³.</p> <p>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 SBSC.</p>
<p>Kriteri 2. 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.</p>	<p>Komisioni i Përhershëm për Garantimin e Standardeve dhe Cilësisë (KPGSC), Njësia e Brendshme e Sigurimit të Cilësisë në nivel institucional, si dhe Drejtoria e Kurrikulave dhe Standardeve të Cilësisë ushtrojnë detyrat e tyre 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 mesimdhënies dhe kërkimit shkencor, ku studentët janë në qendër të filozofisë së universitetit, mbështetur nga grupet e interesit. (Evidenca 28)³⁰⁴. 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 merren parasysh edhe sugjerimet e studentëve apo ekspertëve të jashtëm njohës të fushës që mbulon programi i studimit (Evidenca 35)³⁰⁵. 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 që departamenti ka organizuar ndër vite. Këto aktivitete, kanë ndikuar në rritjen e vazhdueshme të cilësisë. (Evidenca 26)³⁰⁶, (Evidenca 36)³⁰⁷.</p>
<p>Kriteri 3. 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</p>	<p>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 e gjashtë të Rregullores për Funksionimin dhe Organizimin e Sistemit të Brendshëm të Sigurimit të Cilësisë. 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</p>

³⁰³ Evidenca 34: Urdheri i Rektorit per ngritjen e NjSBC-se

³⁰⁴ Evidenca 28 : Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD, nenet 2, 8.9,10

³⁰⁵ Evidenca 35: Kerkese nga studente per futjen e lendeve te reja ne kurrikulen e MSC

³⁰⁶ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

³⁰⁷ Evidenca 36: Call ISCOIM 2018 & 2022

e përmirësojnë cilësinë në programin e studimit.	gjatë vitit 2021. (Evidenca 37) ³⁰⁸			
Kriteri 4. 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 i 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 (Evidenca 38) ³⁰⁹ . 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.			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi VI.3

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.

Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. 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 në rastin e programeve të reja, ashtu edhe për riorganizimet, propozohen nga njësitë bazë dhe përcillen në Rektorat ku Drejtoria e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë (DKSC) 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 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, për arsye të pajisjes së studentëve me njohuri e shprehi të avancuara dhe me kompetenca të gjëra që kërkohen për t'u punësuar në tregun e diversifikuar të punës. 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.

³⁰⁸ Evidenca 37: Vendimi i akreditimit institucional 2022 UAMD

³⁰⁹ Evidenca 38: Relacion i NjBSC mbi realizimin e mesimdhënies online dhe pyetësori

<p>Kriteri 2. 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 39)³¹⁰, (Evidenca 27)³¹¹, (Evidenca 26)³¹², (Evidenca)³¹³.</p>
<p>Kriteri 3. 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 ndërinsticionale 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. (Evidenca 115)³¹⁴</p> <p>NJSBC realizon raportin e vlerësimit të brendshëm, i cili paraqet një studim të funksionimit institucional të UAMD-së dhe përmbushjen e standardeve të cilësisë për vitin akademik. Raporti hartohet duke u bazuar në 5 fushat e vlerësimit:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organizimi dhe Menaxhimi 2. Burimet 3. Kurrikula 4. Mësimdhënia, Mësimnxënia, Vlerësimi dhe Kërkimi 5. Studentët dhe Mbështetja e tyre <p>Ky raport përmbledh evidencat me anë të të cilave vlerësohet përmbushja 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 Standarteve 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 CV-të e rifreskuara dhe dosjet e tyre të vetëvlerësimit, të cilat i disponojnë të gjithë përgjegjësat e departamenteve, se edhe drejtorja e burimeve njërezore. 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. (Evidenca 30)³¹⁵. Cilësia e mësimdhënies vlerësohet edhe përmes procesit të vlerësimit të stafit akademik, që zhvillohet javën e 13 ose të 14 të semestrit përkatës. Pyetësi</p>

³¹⁰ Evidenca 39: Raporti i vetëvlerësimit 2019 – 2020 NJSBC

³¹¹ Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020 – 2021

³¹² Evidenca 26: Analiza vjetore e departamentit 2021 - 2022

³¹³ Evidenca 25: Analiza vjetore e UAMD 2020 – 2021

³¹⁴ Evidenca 115: Publikime dhe konferenca shkencore stafi i departamentit

³¹⁵ Evidenca 30: Formular vetëvlerësimi e performances Model

	që plotësohet nga studentët, përmban elementë të rëndësishëm që masin cilësinë e mësimdhënies. (Evidenca 29) ³¹⁶ .			
Kriteri 4. 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.	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, 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 38) ³¹⁷ , (Evidenca 40) ³¹⁸ . 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 arsimimit tek studentët dhe oportunitetet e tregut të punës. (Evidenca 41) ³¹⁹ (Evidenca 41.1) ³²⁰			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi VI.4	
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.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. 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.	Në UAMD është i rëndësishëm angazhimi i studentëve në çdo nivel të vendimarrjes. Përfaqësues të studentëve ka pothuajse në çdo organ kolegial duke filluar nga Senati Akademik, Bordi i Administrimit, NjBSC e institucionit, Komisioni 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 42) ³²¹ , (Evidenca 35) ³²² .
Kriteri 2. Institucioni përcakton përgjegjësi dhe detyra konkrete për njësitë, individët, studentët dhe palë të tjera të angazhuara në sigurimin e	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 28) ³²³ , (Evidenca 19) ³²⁴ .

³¹⁶ Evidenca 29: Model pyetsori për vlerësimin e stafit akademik

³¹⁷ Evidenca 38: Relacion i NjBSC mbi realizimin e mesimdhënies online

³¹⁸ Evidenca 40: Analiza e rezultateve të anketimit për studentët, stafin akademik dhe administrative

³¹⁹ Evidenca 41: Shoqata Alumni UAMD dhe aktivitetet

³²⁰ Evidenca 41.1: Punësime master shkencor Menaxhim Marketing

³²¹ Evidenca 42: Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Bachelor ne Menaxhim marketing

³²² Evidenca 35: Kerkese nga studente per futjen e lendeve te reja ne kurrikulen e MSC

³²³ Evidenca 28: Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD

³²⁴ Evidenca 19: Rregullore e fakultetit te biznesit, neni 22

brendshëm të cilësisë së programit të studimit dhe garanton ushtrimin me përgjegjësi të këtyre detyrave.				
Kriteri 3. Në vlerësimin dhe sigurimin e cilësisë së programit të studimit duhet të garantohet përfshirja e njësive bazë dhe kryesore, përgjegjëse për programin e studimit, anëtarëve të personelit akademik, ndihmës akademik e administrative dhe studentëve e programit të studimit.	Pjesë e sigurimit të cilësisë së programit të studimit është edhe NJSBC e fakultetit, në përbërje të së cilës ka një anëtar nga 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 standarteve 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.			
Kriteri 4. 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.	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.			
Kriteri 5. 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.	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 42) ³²⁵ , (Evidenca 26) ³²⁶ . 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 iniciimin e propozimeve konkrete për përmirësim 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.			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

³²⁵ Evidenca 42: Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Master shkencor Menaxhim Marketing

³²⁶ Evidenca 26: Analiza vjetore e departamentit 2021 – 2022, fq 31 – 35

Standardi VI.5	
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.	
Kriteret	Vlerësimi
Kriteri 1. Politika, strategjia, organizimi dhe veprimtaritë në kuadër të sistemit të Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë për programin e studimit janë transparente dhe bëhen publike për studentët dhe të gjithë të interesuarit.	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 25) ³²⁷ , (Evidenca 39) ³²⁸ . Në të njëjtin format edhe pranë fakulteteve dhe departamenteve realizohet në mënyrë periodike raporti vjetor i vetëvlerësimit të brendshëm dhe analizat vjetore të departamenteve dhe jepet informacion mbi çështjet akademike dhe të programeve të studimit nga lektorët, stafi administrativ dhe studentët (Evidenca 26) ³²⁹ , (Evidenca 27) ³³⁰ .
Kriteri 2. 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. ³³¹ 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. ³³² 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.
Kriteri 3. 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 39) ³³³
Kriteri 4. 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 27) ³³⁴ .
Kriteri 5. Institucioni organizon veprimtari periodike me personelin dhe studentët për informimin dhe ndërgjegjësimin e tyre për sigurimin	UAMD organizon veprimtari periodike me personelin dhe studentët për informimin dhe ndërgjegjësimin e tyre për sigurimin 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

³²⁷ Evidenca 17: Analiza vjetore e UAMD 2021 – 2022

³²⁸ Evidenca 39: Raport i vetëvlerësimit 2019 – 2020 NjSBC

³²⁹ Evidenca 26: Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022

³³⁰ Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020 - 2021

³³¹ <https://uamd.edu.al/informacione-dhe-dokumenta/>

³³² <https://uamd.edu.al/transparenca/>

³³³ Evidenca 39: Raport i vetëvlerësimit 2019 – 2020 NjSBC, fq 47 - 48

³³⁴ Evidenca 27: RVB e fakultetit të biznesit 2020 – 2021

dhe përmirësimin afatgjatë të cilësisë së programit të studimit.	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 43) ³³⁵			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

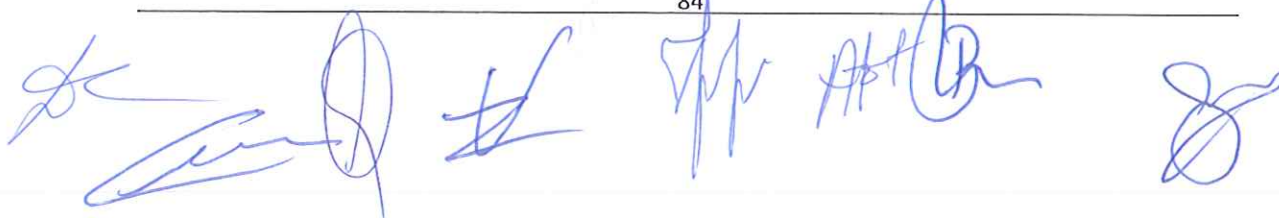
Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës VI	Nuk përmbushet	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

³³⁵ Evidenca 43: Takim informues i NJSBC me koordinatoret dhe GVB-te

Përfundime të Vlerësimit të programit të studimit të ciklit të dytë Master Shkencor “Menaxhim Marketing” në Fakultetin e Biznesit, të Universitetit “Aleksandër Moisiu”

Pikat e forta dhe afirmime

1. Masteri Shkencor në “Menaxhim Marketing” është hartuar duke patur parasysh zhvillimet e kohës, 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 seanceve 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. Hartimi i kurrikulave është bazuar edhe në modele të ngjashme në programe studimi ndërkombëtare “Menaxhim Marketing”, siç është Univerista Cattolica (Itali) dhe Copenhagen Bussiness Academy (Danimarkë) për të ofruar mundësinë e transferimit të studimeve, por edhe për të qenë në koherencë me disiplinat e ngjashme në universitetet europiane.
5. Një pjesë e rëndësishme 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 9 marrëveshje bashkëpunimi me kompani/institucione kombëtare me qëllim kryerjen e praktikave profesionale.
6. Departamenti 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.
7. Departamenti i Marketingut zhvillon konferencen periodike shkencore ndërkombëtare në fushën e Menaxhim Marketingut ISCOIM, një conference që mbledh sëbashku qindra stuiues nga dhjetra shtete dhe ku flitet vetëm gjuha e “marketingut”.
8. Veprimtaritë formuese të programit të studimit Master Shkencor “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 Masterit Shkencor “Menaxhim Marketing”, me qëllim lehtësimin e integritit të studentëve të diplomuar pranë UAMD-së në tregun e punës, ofrohet edhe konvertimi në kredite UsCr.
9. 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.
10. 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.
11. UAMD-ja e ofron programin e studimit të ciklit të II-të Master Shkencor “Menaxhim Marketing” të vlerësuar në kredite, në përputhje me Sistemin Europian të Transferimit të Krediteve (ECTS) dhe sistemit Amerikan (UsCr).
12. Ambientet e Godinës Nr. 2 Kampus, Spitalë, Durrës janë të mjaftueshme për realizimin e programit të studimit Master Shkencor “Menaxhim Marketing” në Fakultetin e Biznesit pranë



departamentit të Marketingut. Këto ambiente përfshijnë auditorë, zyra, laboratore, salla konferencash, bibliotekë dhe salla mbledhesh.

13. UAMD-ja vendos në dispozicion të studentëve 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.
14. Staf i 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 mësimi.
15. 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 (dok 3.55 aktivitetet e departamentit) Por ky departament tashmë ka krijuar një traditë të re me zhvillimin e një konference ndërkombëtare me fushë specifike me bazë marketingun (ISCOIM). Në këtë konferencë organizohet edhe një seksion video-konference. Në këtë mënyrë studentët njihet me zhvillimet më të fundit të shkencës dhe teknologjisë.

Pikat e dobëta:

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 e Masterit Shkencor "Menaxhim Marketing", literatura bazë ofrohet në gjuhën shqipe. Literatura përfshin tekste mësimore, cikle leksionesh, leksione në ppt, materiale në ëcb, etj. Materialet fizike ofrohen në sektorin privat në mungesë të një librerie 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. Ky projekt mendohet të shtrihet për këtë vit akademik edhe në programet e studimit master në përgjithësi dhe në programin e studimit Master Shkencor "Menaxhim Marketing" në veçanti.

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.
4. Për një mundësim dhe rritje të mobilitetit të studentëve, FB-ja ka marrë një vendim për futjen në ciklin e parë të studimeve bachelor disa lëndë të cilat do të kenë nga një seksion i cili do t'a zhvillojë mësimin në gjuhën angleze. Në këtë mënyrë kur të vijë studentët të huaj kanë mundësi të përshtaten dhe ndjekin mësimin pranë Fakultetit të Biznesit, por edhe studentët tanë që ndjekin lëndët të cilat lektorohen në gjuhën angleze do t'a kenë më të lehtë përshtatjen e tyre në programet Erasmus+. Kjo



gjë mendohet të shtrihet edhe në ciklin e dytë të studimeve. Kjo do të rriste numrin e studentëve tanë që do të aplikonin në këto projekte të Erasmus+ dhe anasjellatas e studentëve të huaj që do të interesoheshin për këto programe në UAMD.

Conclusions of the Evaluation of the Second Cycle Master of Science "Marketing Management" study program at the Faculty of Business, "Aleksandër Moisiu" University

Strengths and Affirmations

1. The Scientific Master's in "Marketing Management" has been designed considering the developments of the time, the growth and diversity of businesses, and the competitive advantages every business tries to offer in different forms using different marketing techniques and strategies.
2. To better adapt the curricular changes to the market demands, the department organises market studies before the opening/reorganisation of the programs and after the students' graduation.
3. The interactive methodology during the teaching sessions by the lecturers, as well as encouraging discussions and critical thinking, group mini-projects, etc., strengthens the students' competencies to be ready to be employed in the labour market.
4. The design of the curricula is also based on similar models in international "Marketing Management" study programs, such as Universita Cattolica (Italy) and Copenhagen Business Academy (Denmark), to offer the possibility of transferring studies, but also to be in coherence with similar disciplines in European universities.
5. an essential part of the study program is the obligatory performance of professional practice by students at various public or private businesses/institutions in marketing. The marketing department has signed nine cooperation agreements with national companies/institutions to conduct professional practices.
6. The Marketing Department strongly supports the growth of the academic level, encouraging obtaining degrees and the scientific qualification of its staff members, having the most significant number of academic staff with the title "Professor" at the university level.
7. The Marketing Department conducts the periodic international scientific conference in Marketing Management ISCOIM, which brings together hundreds of researchers from dozens of countries where only the language of "marketing" is spoken.
8. The formative activities of the Scientific Master's study program "Marketing Management" are designed to deepen knowledge and skills for further studies and employment of students. According to article 8, point 4 of the regulation of the Scientific Master "Marketing Management", to facilitate the integration of students who graduated from UAMD in the labour market, conversion to USCR credits is also offered.
9. UAMD supports innovative methods for all primary and basic units. In the framework of this support, the Marketing department, at the beginning of each academic year, asks the department members to present one or two activities they think they will carry out during the corresponding academic year. In these activities, different innovative methods are used in teaching and learning based on the field of study.
10. The UAMD periodically monitors the teaching and innovative skills of the academic staff. Their monitoring and evaluation are measured using these instruments: Analysis of the activity calendar, Questionnaire with students, Document of Analysis of Survey Results, Form of self-evaluation of performance, and Online Questionnaire for students from the Main Unit.
11. The UAMD offers the study program of the II cycle Master of Science "Marketing Management" evaluated in credits by the European Credit Transfer System (ECTS) and the American system (UsCr).

12. The premises of Building No. 2 Campuses, Spitalle, Durrës, are sufficient to realise the Master of Science study program "Marketing Management" in the Faculty of Business at the Marketing department. These facilities include auditoriums, offices, laboratories, conference rooms, library and meeting rooms.

13. The UAMD makes available to students through the libraries in the university, FB and FE the textbooks defined in the course syllabuses and necessary auxiliary literature, selected based on the drawn-up plan by the program manager. The library makes available its electronic catalogue, with international standards.

14. The academic staff and students of UAMD use the PITAGORA online system to obtain information on exam grades, course registration and class schedules.

15. The Marketing Department has an outstanding experience in engaging guests who hold open hours, as evidenced by the department's activity (doc 3.55 department's activities). Still, this department has already created a new tradition by developing an international conference with a specific field based on marketing (ISCOIM). A video conference section is also organised for this conference. In this way, students are introduced to the latest developments in science and technology.

Weak points:

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, Alum and Career Sector at UAMD and other cooperation channels. These contacts should be more formalised, and studies should be carried out on them to improve the curriculum, develop practice, etc.

2. The Basic Unit, the Faculty of Business, and the UAMD have made efforts to help students regarding the institutions, businesses or companies where they would do the Professional Internship, making available to the students the agreements made by them. These efforts should be intensified, and agreements should be signed with most businesses operating not only in Durrës County but throughout Albania.

3. For each subject offered in the Scientific Master's program "Marketing Management", the primary literature is provided in the Albanian language. Literature includes textbooks, lecture series, PowerPoint lectures, web materials, etc. Physical materials are provided in the private sector without a Faculty or University library.

4. To eliminate as much as possible the various forms of abuse and increase transparency, UAMD signed an agreement with the Albanian Development Fund on February 20, 2019, to extend the Clean Score project, which ends on 31.12.2024. This project is expected to be extended for this academic year to the master's study programs in general and to the Scientific Master's study program "Marketing Management" in particular.

Recommendations:

1. Diversification of the literature used in the courses included in the marketing curricula, using contemporary and relevant literature with the course.

2. Creating regular lines of communication with external partners from the business field regarding requests for changes in curricula

3. Postgraduation support provided to alumni, including faculty engagement and career support opportunities.

4. To facilitate and increase the mobility of students, FB has decided to introduce in the first cycle of bachelor studies some subjects which will have a section which will teach in English. In this way, when foreign students come, they can adapt and attend classes at the Faculty of Business, but also, our students who attend courses taught in English will find it easier to adapt to the Erasmus+ programs. This is thought to extend to the second cycle of studies as well. This would increase the number of our students applying to these Erasmus+ projects and vice versa for foreign students interested in these programs at UAMD.

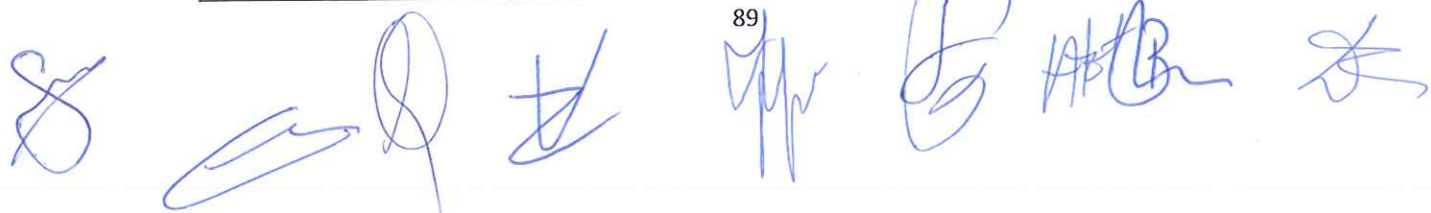


Shkalla e përbushjes së standardeve të cilësisë së programit

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

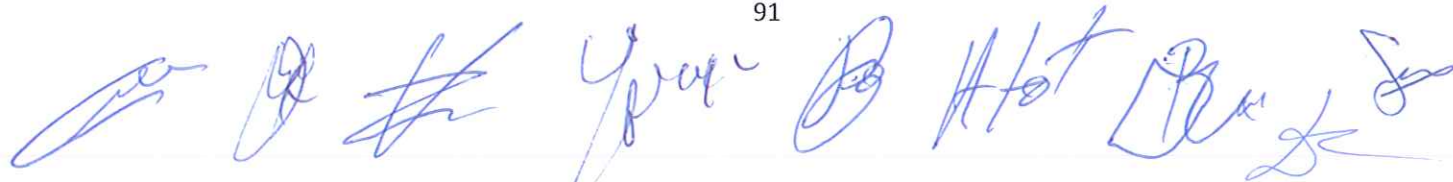
Lista e Evidencave

0. Mendimi i dekanit
1. Plani i Zhvillimit Strategjik të UAMD 2020-2025
2. Statuti i UAMD
3. Plan Strategjik i Departamentit Marketing 2021 – 2025
4. Rregullore e UAMD
5. Stafi Akademik i Departamentit Marketing per vitet 2013 – 2023
6. Stafi akademik i departamentit marketing me fushat specifike
7. Vendim Bordi dhe Senati per hapjen e Departamentit te Statistike dhe Informatike e Zbatuar
8. Stafi akademik i angazhuar ne Msc MM, FT + PT (1)
9. Kodifikimi i programeve, Vendim Departamenti
10. Tabela e kodifikimit perpara hyrjes ne fuqi te bazez ligjore
11. Krijimi i grupeve mesimore kerkimore dhe lektoret perkates nder vite
12. Rregullore e programit Master shkencor MM
13. Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit _ Karrierës
14. Panairi i Punes ne UAMD 2021 - 2023, foto + axhende
15. Trajnime nga Kompani private
16. UAMD Udhezues nga Qendra e Karrieres dhe Alumni
17. Trajnim nga eksperte te fushes se marketingut
18. Rregullorja për Qarkullimin dhe Arshivimin e dokumentacionit të brendshëm në UAMD
19. Rregullore e Fakultetit të Biznesit
20. Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit
21. Marreveshje Bashkepunimi UAMD 2021 – 2022
22. Raporti 2020 - 2021 mbi marreveshjet e bashkepunimit dhe nderkombetarizimi
23. Marreveshjet e bashkepunimit te Departamentit Marketing
24. Lista e Mobiliteteve te Stafit & Studenteve ne fakultetin e biznesit
25. Analiza vjetore e UAMD 2021 – 2022
26. Analiza Vjetore e Departamentit të Marketingut, 2021-2022
27. RVB e fakultetit te biznesit 2020-2021
28. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD
29. Model pyetsori për vlerësimin e stafit akademik
30. Formular vetvleresimi i performances Model
31. Rregullore provimesh FB
32. Raport vlerësimi për stafin akademik nga studentët shembull
33. Tabela e vlërësimit të stafit akademik nga rektorati
34. Urdher i Rektorit per ngritjen e NJSBC
35. Kerkese nga studente per futjen e lendeve te reja ne kurrikulen e MSC
36. CALL ISCOIM 2018 & 2022
37. Vendimi i akreditimit institucional 2022 UAMD
38. Relacion i NJSBC mbi realizimin e mesimdhënies online dhe pyetesori
39. Raporti i Vetevleresimit 2019-2020 NJSBC
40. Analiza e rezultateve të anketimit për studentët, stafin akademik dhe administrativ)
41. Shoqata Alumni UAMD dhe Aktivitetet
- 41.1 Punesimet dhe gjurmimi i tyre Master Shkencor Menaxhim Marketing
- 41.2 Pyetesor per Studentet Master Qershor 2023
42. Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Master shkencor Menaxhim Marketing
43. Takim informues i NJSBC me koordinatorët dhe GVB -te
44. Kurrikul dhe plani mesimor Master shkencor MM riorganizim1
45. Analize e lidhjes se ciklit bachelor me master shkencor
46. Objektivat e Msc Menaxh marketing
47. Thirrje për aplikime për studentë të Ciklit të Trete



48. Rregullore e Mikrotezës
49. E-mail i komunikimit me student te MSH per temen e diplomes
- 49.1. Lista e studenteve per udheheqjet e mikrotezave te MSH 2021 dhe e-mail informues
- 49.2. E-mail kerkese nga studente te MSH per udheheqje diplome
50. Syllabuset e lendeve te MSH per vitin 2022 – 2023
51. Komunikim me universitetin e Spanjes per diploma duale
52. Foto të laboratorëve dhe auditoreve
53. Memo e Departamentit për koordinatorët e Masterit
54. Rregullore e Departamentit Marketing
55. Kriteret e pranimeve 2022-2023
56. Suplement diplome Master shkencor
57. Kurrikula para dhe pas riorganizimit (1)
58. Ecuria nder vite e programit te studimit MSH Menaxh Marketing
59. Programe te ngjashme ne rajon
60. Rregullore e këshillit të botimeve
61. E-mail per perditësimin e syllabus dhe relacioni per ndryshimin e tyre
62. Shperndarja e udheheqjeve te mikrotezes master
- 62.1 E-mail formatet e udheheqjes dhe lista e pedagogeve edheheqes
63. Email nga pergjegjesi i departamentit per projektet e doktoratures
64. Pjesemarrja e studenteve ne projektin Ne fshat
65. Rregullore për menaxhimin e aktiviteteve kerkimore – shkencore
66. Projekti buxheti i konferences
67. Thirrja nga UAMD per projektet kerkimore shkencore dhe te nderkombetarizimit
68. Te dhena per platformen on-line Biblioteka
69. Projekti Gradua dhe agjenda e takimit
70. Foto nga stafi akademik organizativ i konferencës dhe nga video-konferenca
71. Libri proceeding i konferencës studentore fq e para
72. Rregullore provimeve Fakulteti Biznesit
73. Syllabus model MSC
74. Provimet dhe asistimet per sem I BSC + MSC
75. Marreveshja UAMD - AADF Projekti Clean Score
- 75.1 Relacion zbatimi i Clean Score Sezoni i veres dhe dimrit 2021
- 75.2. Njoftim per trajnim Clean Score Trajnim
76. Sistemi PITAGORA (RASH)
77. Manual perdorimi Aula
78. Komisionet dhe tabela e provimeve per sezonin e vjeshtes Master
79. Vendim për ngritjen e grupeve të kontrollit te provimeve
80. Ngritja e komisioneve antiplagjiature
81. Foto e afishimit të emrit të lektorit, orës dhe ditës së konsultimit model
82. Programet e miratuara te studimit Bsc ne gjuhen angleze
83. Lista Aktiviteteve Dep Marketingut v.a. 2020-2021
84. Vendim dekanati per ngritje komisioni per konferencen studenttore. Pdf
85. Rregullore Diplomimi
86. Komunikimi me student te msc per temen e diplomes
87. Tabela e shperndarjes se temave te diplomes me udheheqes ne MSH
88. Pjese nga Mikrotezë me komente
89. Shembull diplome e firmosur
90. Procesverbal i mbrojtjes se diplomes MSC
91. Diploma Master Shkencor “Menaxhim Marketing” model
92. Memo shembull e pergjegjesit te departamentit mbi kriteret e pranimit ne Bsc dhe Msc
93. Vendime per reduktimin e tarifave v.a 2021 – 2022
94. Rregullore e Praktikës Profesionale

95. Udhezues nga Qendra e Karrieres dhe Alumni UAMD
96. Rregullore Sekretarise mesimore
97. Strategjia e Komunikimit – UAMD
98. Memo në lidhje me vlerësimin e stafit akademik të Departamentit Marketing 2018-2019
99. Pyetesor për studentët e Masterit Shkencor “Menaxhim Marketing”
100. Libri i Abstrakteve - ISCOIM 2022
101. Vendim Bordi nr.6, date 01.02.2023 per financimin e aktiviteteve
- 101.1. PBA e departamentit
102. Rregullorja e bibliotekes.doc
103. Strategji-Biblioteka
104. Memo e kalendarit te bibliotekes per fundjavat
105. Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së
106. Vertetim per kontributet e sigurimit shoqeror dhe shendetesor
107. Rregullore-drejtoria-burimeve-njerezore-dhe-juridike
108. Model formulari për aplikim për staf akademik
109. Raporti financiar 2021-2022
110. Print screen faqet e rrjeteve sociale, FB,UAMD,departamenti marketing
111. Tabela e kostove para riorganizimit të programit Master “Menaxhim Marketing”
112. Raporti Vjetor i Auditit të brendshëm për 2018-19
113. Thirrjet e institucionit per pjesemarrje ne Mobilitete
114. Shperndarja e orarit
115. Publikime dhe konferenca shkencore stafi i departamentit
116. Vendim Rektorati per ndryshimin e syllabuseve
117. Studimi i tregut

The bottom of the page features several handwritten signatures in blue ink. The most prominent one is the name 'Yvan' written in a cursive style. To its right, there are other less legible signatures and some scribbles. The text is located below the page number 91.

