



AGJENCIA E SIGURIMIT TË CILËSISË NË ARSIMIN E LARTË

RAPORTI I VLERËSIMIT TË JASHTËM

**Programi i Studimit të Ciklit të Dytë Master Profesional në:
“Menaxhim Marketing”
i
Institucionit të Arsimit të Lartë
“Universiteti Aleksandër Moisiu” Durrës**

Grupi i Vlerësimit të Jashtëm:

Prof.Asoc. Dr.Vita KOJA

PhD. Elena KOKTHI

Maj / 2020

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

PËRMBLEDHJE E VLERËSIMIT TË JASHTËM TE PROGRAMIT

Universiteti “Aleksandër Moisiu”, Durrës (UAMD), është një institucion publik i arsimit të lartë që zhvillon veprimtari në fushën e arsimit dhe shkencës në Republikën e Shqipërisë, i krijuar me VKM Nr. 801, datë 20.12.2005 “Për hapjen e Universitetit “Aleksandër Moisiu”, Durrës”. Universiteti është i organizuar në gjashtë njësi kryesore:

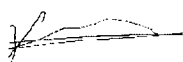
1. Fakulteti i Biznesit;
2. Fakulteti i Edukimit;
3. Fakulteti i Shkencave Politiko-Jurisike;
4. Fakulteti i Teknologjisë së Informacionit;
5. Fakulteti i Studimeve Profesionale;
6. Fakulteti Studimeve të Integruara me Praktikën (FASTIP);

Në përbërje të çdo njësie kryesore gjenden njesitë bazë ose departamentet, që ofrojnë programe studimi në ciklin e parë dhe në ciklin e dytë.

Ky raport i vlerësimit të jashtëm analizon programin e studimit Master Profesional në “Menaxhim Marketing”. Programi Master Profesional në “Menaxhim Marketing”, i cili po vlerësohet për akreditim operon që prej vitit 2009, i licensuar me VKM Nr.1161, datë 25.11.2009 i emërtuar fillimisht si: “Master i Nivelit të Parë në Menaxhim” me profilet: marketing dhe menaxhim biznesi, i cili realizohet me 60 kredite me kohëzgjatje normale 1 vit akademik.

Duke u mbështetur në hapësirën ligjore të krijuar me ndryshimet në legjislacionin e ri për arsimin e lartë, të rrjedhura nga Ligji Nr 80/2015 dhe VKM Nr.41, datë 24.01.2018, për vitin akademik 2018-2019, ky program studimi ofrohet i përshtatur me emërtimin e ri Master Profesional në: “Menaxhim Marketing”, në përputhje me Vendimin e Senatit Akademik Nr.108, datë 14.06.2018, dhe konfirmuar me shkresën e MASR me Nr.7243/1 prot, datë 22.08.2018. Ky program master përmban gjithsej 60 ECTS dhe është me kohëzgjatje normale 1 vit akademik.

Programi Master Profesional në “Menaxhim Marketing”, ofrohet nga Departamenti Marketing i Fakultetit të Biznesit pranë UAMD, i cili synon të përgatisë profesionistë me njohuri të thelluara në fushën e marketingut, të aftë për t’u përgjigjur kërkesave të ekonomisë së tregut, të suksesshëm për tregun e punës dhe për të bërë karrierrë në fushën profesionale dhe akademike. Pranimi i studentëve që ndjekin këtë program studimi të ofruar nga Departamenti i Marketingut në Fakultetin e Biznesit, është realizuar sipas kritereve që vendos ligji Nr. 80/2015, datë 22/07/2015 “Për arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në



institucionet e arsimit të lartë në Republikën e Shqipërisë”, si dhe aktet nënligjore në zbatim të tij, por dhe të atyre që parashikon Rregullorja e programit.

Kurrikula e programit të studimit është organizuar në mënyrë të tillë, që studenti të marrë formimin e duhur profesional dhe është rishikuar dhe përditësuar, në funksion të rritjes së cilësisë së mësimdhënies, mësimnxënies si dhe nxitjes së kërkimit shkencor. Stafi i angazhuar në këtë program studimi është i përkushtuar dhe posedon eksperiencën e nevojshme për të ofruar një shërbim cilësor. Megjithatë GVJ konstaton se programi i studimit ka nevojë për përmirësime të mëtejshme sidomos sa i përket moduleve karakterizuese që lidhen direkt me emërtimin e programit të studimit.

PËRSHKRIMI I PROCESIT TË VLERËSIMIT TË JASHTËM


Qëllimi kryesor i procesit të vlerësimit të jashtëm është identifikimi i nivelit të përmbushjes së standardeve shtetërore të cilësisë për arsimin e lartë të përcaktuara me VKM nr. 531, date 11.09.2018 për programin e studimit të ciklit të dytë Master Profesional në “Menaxhim Marketing”. ASCAL bazuar në “Manualin për Procedurat dhe Afatet për Vlerësimin e Cilësisë në kuadër të Akreditimit të Institucioneve të Arsimit të Lartë dhe programeve të studimit 2017”, ka përzgjedhur dy vlerësues të jashtëm për të shqyrtuar dokumentacionin e përcjellë nga UAMD, për të kryer vizitën në institucion dhe për të përpiluar raportin e vlerësimit të jashtëm. Grupi i vlerësimit të jashtëm ka në përbërje Prof.Asoc. Vita Koja dhe PhD. Elena Kokthi. Gjatë të gjithë fazës së vlerësimit të jashtëm ky grup pune u asistua dhe nga menaxherja teknike e ASCAL, Znj. Suela Kromidha.

Procesi i vlerësimit të jashtëm për akreditimin e programit të studimit Master Profesional në “Menaxhim Marketing” të ofruar nga Departamenti i Marketingut pranë Fakultetit të Biznesit, në UAMD, filloi me trajnimin, prezantimin si dhe ndarjen e punës ndërmjet ekspertëve të grupit të vlerësimit të jashtëm. Më pas ky grup, bazuar në dokumentacionin e vendosur në dispozicion nga ASCAL, filloi shqyrtimin e Raportit të Vlerësimit të Brendshëm si dhe dokumentet përkatëse në mbështetje të tij, ku, pas kqyrjes së këtyre materialeve dolën disa pyetje, që kishin lidhje me standardet dhe kriteret përkatëse, të cilat do të merrnin përgjigje gjatë takimeve që do të realizoheshin në IAL. Vizita dy ditore në Fakultetin e Biznesit pranë UAMD u realizua gjatë datave 28 dhe 29 Janar 2020, ku Grupi i Vlerësimit të Jashtëm, realizoi takimet e përcaktuara në agjendën e vizitës në IAL. Gjatë kësaj vizite dy ditore, Grupi i Vlerësimit të Jashtëm u takua me: Dekanin e Fakultetit, Përgjegjës të Departamentit të Marketingut pranë këtij fakulteti, me Zyrën e Njesisë së Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë, me Sekretarinë Mësimore, me Zyrën e Burimeve Njerëzore, Grupin e Vlerësimit të Brendshëm, stafin e pedagogëve, studentët etj. Gjatë këtyre takimeve u shqyrtuan çështje të ndryshme që lidhen me vlerësimin e programit të studimit në fjalë, duke sqaruar edhe elementë të veçantë, për të cilat ishin ngritur pyetje përkatëse si dhe u kërkuan

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



edhe disa dokumenta shtesë për vitin akademik 2019-2020. Pas vizitës në IAL, GVJ filloi punën për të hartuar raportin e vlerësimit të jashtëm bazuar në dokumentacionin në dispozicion dhe informacionin e mbledhur gjatë takimeve dhe vizitave të realizuara në këtë Institucion. Në përfundim të këtij procesi ky grup dorëzon draft-raportin tek eksperti përkatës i ASCAL.

Universiteti “Aleksandër Moisiu” Durrës, është njohur me Draft-Raportin e Vlerësimit të Jashtëm më datë 09.03.2020, përmes sistemit AMS, si dhe në formë zyrtare me anë të shkresës me Nr. 4/35 Prot, datë 09.03.2020. Universiteti “Aleksandër Moisiu” Durrës, nuk përcolli pranë ASCAL përgjigje në lidhje me Draft Raportin e Vlerësimit të Jashtëm. Në këtë mënyrë Draft Raporti merr formën e tij përfundimtare si Raport i Vlerësimit të Jashtëm. Për shkak të Pandemisë së COVID-19, komunikimi me Universitetin “Aleksandër Moisiu” Durrës, është bërë vetëm nëpërmjet sistemit AMS, bazuar në Urdhërin e MSHMS Nr. 132 datë 09.03.2020, Urdhërin e MASR Nr. 91 date 09.03.2020, Urdhërin e MSHMS Nr. 190 datë 19.03.2020.

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

I. OFRIMI I PROGRAMEVE TË STUDIMIT

Standardi I.1	
Institucioni i arsimit të lartë ofron programe studimi të ciklit të dytë “Master profesional” në përputhje me misionin dhe qëllimin e tij e që synojnë ruajtjen e interesave dhe vlerave kombëtare.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1 Institucioni ofron programe studimi që nuk bien ndesh me interesat kombëtare.	<p>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketing, nuk bie ndesh me interesat kombëtare dhe synon të ndihmojë në ruajtjen e vlerave kombëtare duke përgatitur profesionistë në fushën e marketingut të produkteve dhe shërbimeve në Shqipëri. Ky program studimi zhvillon një sërë aftësish, praktike, menaxheriale me qëllim menaxhimin e kompanive private dhe publike.</p> <p>Programi i studimit synon nxitjen dhe respektimin e vlerave kombëtare, në përputhje të plotë edhe me misionin e UAMD.</p> <p><i>Aneks 2. Mendimi i dekanit të Fakultetit të Biznesit për Masterin Profesional Menaxhim Marketing.</i></p> <p><i>Aneks 4. Plani Strategjik i UAMD-së 2016 – 2020.</i></p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

	<p><i>Aneks 5. Statuti UAMD</i></p> <p><i>Aneks 6. Plani Strategjik i Departamentit Marketing.</i></p>
<p>Kriteri 2 Programet e studimit synojnë ruajtjen dhe konsolidimin e vlerave akademike e kulturore kombëtare.</p>	<p>Programi në fjalë, ofrohet nga Departamenti i Marketingut, i cili është një ndër 5 departamentet e Fakultetit të Biznesit. Ruajtja e dhe konsolidimi i vlerave akademike mbështetet institucionalisht kjo konfirmohet dhe nga ofrimi i të gjithë cikleve të studimit që përmbajnë program studimi Marketing. Në nivelin e bachelor, master shkencor e profesional si dhe doktoraturë në program studimi në Marketing.</p> <p>Ky program studimi mbështetet në misionin kryesor të UAMD, për të përcjellë një edukim cilësor, me anë të gërshetimit të një kërkimi shkencor të vlefshëm, që të jetë në funksion të nevojave dhe të dijes së shoqërisë shqiptare.</p> <p><i>Aneks 5. Statuti UAMD</i></p> <p><i>Aneks 6. Plani Strategjik i Departamentit Marketing.</i></p>
<p>Kriteri 3 Programet e studimit hartohen dhe ofrohen në përputhje me qëllimet dhe misionin e institucionit, si dhe fushën e veprimtarisë.</p>	<p>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketing i ofruar nga Departamenti i Marketingut është hartuar dhe ofrohet në përputhje të plotë me misionin dhe vizionin e UAMD-së. Misioni i këtij departamenti është të ofrojë kurrkula bashkohore në fushën e marketingut, duke i dhënë mundësi tregut shqiptar të pajiset me profesionistë të aftë dhe të gatshëm që të drejtojnë sipërmarrjet në një ekonomi inovative. Ky program është dhe në përputhje të plotë me fushën e veprimtarisë së Fakultetit të Biznesit, ku qëllimi është të formojë specialistë dhe profesionistë në fushën e marketingut dhe menaxhimit të proceve që lidhen me të.</p> <p><i>Aneks 4. Plani Strategjik i UAMD-së 2016 – 2020.</i></p> <p><i>Aneks 5. Statuti UAMD</i></p> <p><i>Aneks 6. Plani Strategjik i Departamentit Marketing.</i></p>
<p>Kriteri 4 Programet e studimit hartohen dhe ofrohen në përputhje dhe për të nxitur zhvillimin ekonomik lokal dhe/ose kombëtar.</p>	<p>Programi i studimit Master Profesional në Menaxhim Marketing zhvillon një sërë aftësish, praktike, menaxheriale me qëllim menaxhimin e kompanive private dhe publike, aftësi të cilat do të nxisin zhvillimin ekonomik lokal e kombëtar. Ndër objektivat kryesorë të programit janë:</p> <ul style="list-style-type: none"> të aftësojë në përzgjedhjen e teknikave të duhura për menaxhimin e mediave;

	<ul style="list-style-type: none"> të zhvillojë aftësitë për zhvillimin e fushatave të marketingut; të përgatisë studentët në drejtim marketingu etj; <p><i>Megjithatë GVJ gjykon që krahas këtyre objektivave të përgjithshëm, programi i studimit duhet të fokusohet edhe në objektiva specifike të cilat reflektojnë kryesisht nevojat e biznesit në zonën e Durrësit.</i></p> <p>P.sh. integrimi në programin e studimit të moduleve që lidhen me marketingun e shërbimeve apo module që pajisin studentët me kompetenca që integrojnë teknologjinë në praktikat e marketingut. GVJ gjykon që një program studimi duhet tu përgjigjet kërkesave aktuale por të projektojë pjesërisht edhe kërkesat e ardhshme.</p>								
Shkalla e përmbushjes së standardit	<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td>Përmbushet kryesisht</td> <td>Përmbushet plotësisht</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> </table>			Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht			X	
		Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht						
		X							


Standardi I.2	
Programet e studimit janë në përputhje me strategjinë e zhvillimit, statutin dhe aktet e tjera rregullatore të institucionit të arsimit të lartë dhe fushat akademike të tij.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1. Institucioni përcakton qartë se programet e studimit hartohen dhe ofrohen në përshtatje dhe në zbatim të strategjisë për zhvillim të vetë institucionit.	<p>Institucioni përcakton qartë se programet e studimit hartohen në përputhje me strategjinë e zhvillimit të institucionit kjo shihet qartë në dokumentat strategjike të institucionit por edhe në dokumentat bazë të programit të studimit në shqyrtim. GVJ konstaton se programi i studimit MP në Menaxhim Marketing, është konceptuar në harmoni me strategjitë e institucionit. Ai është konform objektivave strategjike për zhvillimin, gjithashtu, organizimi i këtij programi është bërë në përputhje me Statutin e Institucionit.</p> <p><i>Aneks 4. Plani Strategjik i UAMD-së 2016 – 2020.</i></p> <p><i>Aneks 5. Statuti UAMD</i></p> <p><i>Aneks 6. Plani Strategjik i Departamentit Marketing.</i></p>
Kriteri 2. Statuti dhe rregullorja e institucionit	Nga shqyrtimi i dokumentave strategjike të UAMD-së,

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

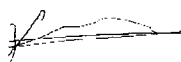
Web site: www.ascal.al

<p>përcaktojnë qartë drejtimet prioritare akademike të tij dhe demonstrojnë se programet e studimit hartohen dhe ofrohen në përputhje dhe në zbatim të këtyre të fundit.</p>	<p><i>(Statuti, Strategjia e Zhvillimit, Rregullorja e Fakultetit dhe Departamentit)</i> si dhe nga vizita në institucion, GVJ arrin në përfundim se: organizimi i programit të studimit MP në Menaxhim Marketing, është bazuar në dokumenta strategjike që orientojnë misionin dhe strategjinë e zhvillimit të institucionit.</p> <p><i>Aneks 4. Plani Strategjik i UAMD-së 2016 – 2020.</i></p> <p><i>Aneks 5. Statuti UAMD</i></p> <p><i>Aneks 6. Plani Strategjik i Departamentit Marketing.</i></p>
<p>Kriteri 3. Emërtimi, organizimi, struktura dhe përmbajtja e programeve të studimit ofrohen në përputhje me fushat e drejtimit akademike të institucionit.</p>	<p>Programi i studimit Master Profesional në “Menaxhim Marketing” ofrohet nga Departamenti i Marketingut, pjesë e Fakultetit të Biznesit në UAMD. Qëllimi i këtij programi është të përgatisë profesionistë me kualifikimin e duhur dhe me njohuritë e thelluara në fushën e marketingut. Ky program, është në përputhje të plotë me drejtimin akademik dhe fushat prioritare të Fakultetit të Biznesit dhe të Departamentit të Marketingut që është përgjegjës për këtë program studimi.</p> <p><i>Aneks 10. Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 11. Rregullore e Master-it Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 4. Programet e studimit të ciklit të dytë “Master profesional” hartohen e zhvillohen në përputhje me strategjitë kombëtare të zhvillimit, interesit kombëtar dhe trendet globale të zhvillimit.</p>	<p>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketing është hartuar në përputhje të plotë me strategjitë kombëtare të zhvillimit, interesit kombëtar dhe trendet globale të zhvillimit.</p> <p>Megjithatë GVJ gjykon që njësia bazë duhet të bëjë më shumë përpjekje për të integruar në programin e studimit, module të cilat pajisin studentët me kompetenca që i përgjigjien më mirë nevojave lokale, praktikisht të biznesit në qytetin e Durrësit por edhe me gjerë.</p> <p><i>GVJ sugjeron që, integrimi në programin e studimit të moduleve që lidhen me marketingun e shërbimeve si dhe module që integrojnë teknologjinë në praktikat e marketingut të jenë një nevojë për kushtet aktuale të zhvillimi të biznesit.</i></p> <p><i>Aneks 10. Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 11. Rregullore e Master-it Profesional “Menaxhim</i></p>





	Marketing". Aneks 34. Rregullore e Departamentit Marketing.		
Shkalla e përmbushjes së standardit		Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
			X

Standardi I.3	
Programet e studimit "Master profesional" synojnë të plotësojnë nevojat e tregut të punës dhe ofrohen në përputhje me nevojat dhe kërkesat e tij.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Programet e studimit "Master profesional" kanë objektiva të përcaktuar qartë për formimin e studentëve në këto programe, të cilët përfshijnë dijet, aftësitë dhe kompetencat profesionale, që duhet të fitojnë studentët në përfundim të programit të studimit dhe që karakterizojnë profilin e programit në përputhje me nivelin e studimeve në të cilin ofrohen ato dhe me kërkesat e tregut të punës.</p>	<p>Programi MP në Menaxhim Marketing i ofruar nga Departamenti i Marketingut pranë Fakultetit të Biznesit reflekton nevojën e tregut të punës në këtë fushë si në sektorin privat ashtu edhe atë publik. Objektivat e këtij program studimi janë paraqitur qartë në dokumentin (<i>Aneks 10: Objektivat e Programit Master Profesional "Menaxhim Marketing" pas Riorganizimit.</i>).</p> <p>Objektivat kryesore formuese të programit të studimit janë:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Të aftësojë studentët në përzgjedhjen e teknikave të duhura për menaxhimin e mediave; - Të zhvillojë aftësitë në zhvillimit e fushatave marketing; - Të mësojnë si të ekzaminojnë sistematikisht tema të ndryshme mbështetur në baza të forta teorike; - Të përgatiten profesionistë në fushën e drejtimit marketing, në përzgjedhjen e alternativave të marketimit dhe të mënyrave më të mira për menaxhimin e tyre; - Të zhvillojnë aftësinë për të ndërtuar dhe vlerësuar raporte ekonomike dhe marketing; - Të njihen dhe të aftësohen në njohjen e sistemit marketing në nivel ndërkombëtar; - Të përgatisë profesionistë në fushën e kërkimit sasior dhe cilësor dhe njohjen e modeleve për vlerësimin e tyre; <p>GVJ gjykon që këto objektiva përfaqësojnë në mënyrë të përgjithshme programin e studimit dhe se ato duhet të</p>




	<p>operacionalizohen në objektiva specifike dhe në kompetenca konkrete. Po kështu ristrukturimi i programit duhet të argumentohet.</p> <p><i>Për shembull duhet të argumentohet mbi bazë nevojash zëvendësimi i një moduli me një tjetër dhe cila është vlera e shtuar nga ky zëvendësim. GVJ gjykon gjithashtu që module si E-marketing apo Shërbim Klienti përputhen më mirë me objektivat e një masteri në Menaxhim Marketing se sa Drejtim Projekti apo Kontabilitet (lëndë në programin ekzistues).</i></p> <p><i>Aneks 9: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” para Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 10: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 2. Institucioni kryen studime mbi tregun lokal e ndërkombëtar të punës për programet e studimit që ofron, përpara hapjes së tij, pas daljes së studentëve dhe në mënyrë periodike. Këto studime duhet të përfshijnë: të dhëna nga komunikimi zyrtar me punëdhënësit e fushës, kërkesat dhe nevojat e tyre, mundësitë e punësimit të studentëve, të dhëna mbi punësimin real të studentëve të diplomuar dhe zhvillimet e pritshme në sektorin përkatës.</p>	<p>UAMD dhe më konkretisht departamenti përgjegjës për programin e studimit, ka analizuar nevojat e tregut të punës në bashkëpunim me biznesin si dhe sektorin publik për të përshtatur programin e studimit. Nga shqyrtimi i dokumentacionit, shihen edhe mendimet e biznesit dhe studentëve në përfshirjen e lëndëve të caktuara në program. (Aneks 13 dhe 14).</p> <p>Institucioni ka zhvilluar një studim tregu për evidentimin e nevojave të biznesit, por GVJ gjykon që duhet të detajohet metodologjia për identifikimin e kompetencave. Së pari si janë evidentuar kompetencat, cila ka qenë praktika e evidentimit të tyre (psh fokus grupe me biznese) dhe së dyti si janë përdorur këto kompetenca për ndërtimin e moduleve dhe programit të studimit.</p> <p><i>Aneks 13. Kërkesë nga studentët për futjen e lëndëve të reja në kurrikulën e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 14. Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Master Profesional Menaxhim Marketing.</i></p> <p><i>Aneks 16. Studimi i tregut në lidhje me Masterin Profesional</i></p>




	<i>Menaxhim Marketing.</i>
<p>Kriteri 3. Objektivat formues struktura dhe përmbajtja e programeve të studimit, rezultatet e pritshme të të nxënit garantojnë përfitim e dijeve, aftësive, shkathtësive e kompetencave që i përgjigjen nevojave të tregut dhe lehtësojnë punësimin e studentëve.</p>	<p>Nga shqyrtimi i përmbajtjes së programit të studimit, GVJ konstaton se objektivat formuese dhe struktura e programit të studimit MP në Menaxhim Marketing, duhet të orientohet më mirë nga nevojat e tregut të punës.</p> <p>Ashtu si u përmend dhe më sipër GVJ gjykon që këto objektiva përfaqësojnë në mënyrë të përgjithshme programin e studimit dhe se ato duhet të operacionalizohen në kompetenca konkrete. Gjithashtu ristrukturimi i programit dhe zëvendësimi i disa moduleve në programin e ri duhet të argumentohet. GVJ gjykon gjithashtu që module si E-marketing apo Shërbim Klienti (module të përfshira në kurrikulën e mëparshme) përputhen më mirë me objektivat e një programi në Menaxhim Marketing se sa Drejtim Projekti apo Kontabilitet (lëndë në programin ekzistues). Për më tepër këto module përputhen më mirë me nevojat lokale. Shërbimi i klientit është veçanërisht me rëndësi në një zonë si Durrësi ku turizmi dhe shërbimet marketing që lidhen me të kërkojnë përmirësim të vazhdueshëm.</p> <p>Nga takimi i GVJ me stafin e angazhuar në këtë program studimi u paraqitën argumenta pro për përfshirjen e lëndëve si Drejtim Projekti të ofruar nga Departamenti i Menaxhimit në UAMD, apo Kontabilitet Financiar ofruar nga Departamenti Financë-Kontabilitet. Këto argumenta bazohen kryesisht te nevoja për multidisiplinaritet nga ana e biznesit.</p> <p><u><i>Në takime me stafin përgjegjës për këtë program studimi u pohua gjithashtu se programi ka nevojë për përmirësime të mëtejshme, veçanërisht në shtimin e lëndëve me natyrë aplikative.</i></u></p> <p><i>Aneks 9: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” para Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 10: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 13. Kërkesë nga studentët për futjen e lëndëve të reja në kurrikulën e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 14. Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Master Profesional Menaxhim Marketing.</i></p> <p><i>Aneks 16. Studimi i tregut në lidhje me Masterin Profesional</i></p>

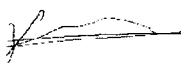
Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.asc.al




	<p><i>Menaxhim Marketing.</i></p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p>
<p>Kriteri 4. Programet e studimeve përafrohen me programe studimi të ngjashme të ofruar nga institucione ndërkombëtare me qëllim lehtësimin e transferimit të studimeve apo punësimit të studentëve në të ardhmen në tregun ndërkombëtar.</p>	<p>Departamenti i Marketingut ofron programin e studimit "Menaxhim Marketing" si në Ciklin e Parë Bachelor ashtu edhe në Ciklin e Dytë të studimeve Master Profesional. Të dy këto programe studimi janë konceptuar të vijjnë si një vazhdimësi logjike nga cikli i parë në ciklin e dytë të studimit. Nisur nga kjo logjikë, MP në Menaxhim Marketing duhet të përfshijë lëndë të karakterit praktik të cilat thellojnë njohuritë teorike të marra gjatë ciklit të parë. Po kështu njohuritë praktike shërbëjnë për të zgjeruar gamën e njohurive për studentë të cilët nuk vijjnë domosdoshërisht nga Fakulteti i Biznesit. <i>GVJ gjykon që nxitja e multidisiplinaritetit është një vlerë e shtuar për studentët të cilët duan të kenë sukses në tregun e punës aq më tepër për një fushë si marketingu.</i></p> <p>Nga shqyrtimi i dokumentacionit GVJ konstaton se institucioni është bazuar në disa praktika të ngjashme për ndërtimin e programit, megjithatë një pjesë e rëndësishme e lëndëve si: E-Marketing, Marketing Digjital etj, që reflektojnë nevojat e kohës si rezultat i evolimeve dhe inovacionit në teknologji, nuk janë përfshirë. <u><i>GVJ gjykon që përfshirja e këtyre moduleve në program do të rrisë cilësinë e tij dhe do ta bëjë atë më kompetitiv në raport me programe të ngjashme të ofrura nga IAL-të tjera në vend.</i></u></p> <p><i>Aneks 29. Programe të ngjashme.</i></p> <p><i>Aneks 57. Analiza e lidhjes së ciklit bachelor me master.</i></p>
<p>Kriteri 5. Programet e studimit hartohen në përputhje me objektivat e përcaktuar në legjislacionin dhe direktivat e BE-së për arsimin e lartë dhe profesionet e rregulluara mbështeten në përvojën disavjeçare të institucionit dhe</p>	<p>Programi i studimit MP Menaxhim Marketing është program studimi me kohë të plotë e zhvilluar në gjuhën shqipe. Programi i studimit, është hartuar mbi bazën e kriterëve dhe standardeve të përcaktuara në Ligjin e Arsimit të Lartë në udhëzimet e MASR si dhe direktivat e BE-së për arsimin e lartë konkretisht:</p> <p>➤ Vendimin Nr. 41, datë 24.1.2018 "Për elementet e</p>




<p>praktikat e mira të vendeve evropiane.</p>	<p>programeve të studimit të ofruara nga institucionet e arsimit të lartë;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ligjin nr.80/2015, datë 22.07.2015, “Për Arsimin e Lartë dhe kërkimin shkencor në institucionet e arsimit të lartë në Republikën e Shqipërisë”; ➤ Udhëzimin Nr. 31, datë 19.12.2017 “Për përcaktimin e kriterëve, dokumentacionit dhe procedurave për hapjen, riorganizimin dhe mbylljen e programeve të studimit nga institucionet e arsimit të lartë”; <p>Programi Master Profesional në Menaxhim Marketing, realizohet në 1 vit akademik, i ndarë në 2 semestra, gjatë të cilit studenti fiton 60 kredite dhe realizon:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 495 orë në auditor; • 605 orë punë individuale; • 150 orë praktika; • 250 orë mikroteza; <p><i>Aneks 11: Rregullore e Master-it Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 6. Programet e ciklit të dytë “Master profesional” përfshijnë aftësimin profesional në praktika profesionale të përputhura me qëllimin dhe objektivat e programit, si dhe në direktiva ndërkombëtare për profesionet e rregulluara.</p>	<p>Ky program studimi përfshin praktikën profesionale e cila zgjat 3 muaj. Institucioni është i pajisur me rregulloren e praktikës në të cilën paraqiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspekte të përgjithshme mbi praktikat; • Qëllimi i praktikës mësimore; • Strukturat përgjegjëse për organizimin, ndjekjen dhe zhvillimin e praktikës mësimore; • Proçesi i zhvillimit të praktikës mësimore; • Detyrimet e studentit gjatë praktikës mësimore; <p>Për gjetjen e institucionit/organizatës/kompanisë ku do të zhvillohet praktika, studenti bazohet te marrëveshjet e bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit. Gjithashtu përdor rrjetet individuale (njohje, interes apo sugjerime), si dhe databazën e UAMD.</p> <p><i>Aneks 27. Rregullore e Praktikës Profesionale.</i></p>
<p>Kriteri 7. Në varësi të profilit të institucionit, në programet e</p>	<p>Ky kriter nuk aplikohet për këtë program studimi. GVJ shqyrtoi dokumentacionin dhe konstati se modulet e ofruara</p>

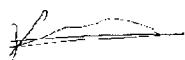
<p>ciklit të dytë “Master profesional” mund të përfshihen elemente të mësimdhënies, module, lëndë ose i gjithë programi në gjuhë të huaj me qëllim thithjen e studentëve të huaj dhe ndërkombëtarizimin.</p>	<p>në gjuhën angleze nuk janë të përfshira në programin e studimit MP në Menaxhim Marketing. Lëndët në gjuhën angleze ofrohen për ciklin e parë.</p> <p><i>Aneks 36. Syllabuse lëndësh që lektorohen në gjuhën angleze.</i></p>			
<p>Kriteri 8. Programet e ciklit të dytë “Master profesional” mund të hapen përkohësisht në funksion të plotësisht të nevojave për personel të kualifikuar në një drejtim të caktuar.</p>	<p>Ky kriter nuk aplikohet për këtë program studimi.</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>X</p>

<p>Standardi I.4</p> <p>Programet e ciklit të dytë “Master profesional” janë në përputhje me fushën akademike të njësisë kryesore dhe bazë përgjegjëse për programin e studimit në institucion.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>
<p>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.</p>	<p>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketing, ofrohet nga Departamenti i Marketingut në Fakultetin e Biznesit në UAMD. Staf i akademik i aktivizuar në MP është në përputhje me fushën e programit të studimit dhe me eksperiencë relativisht të gjatë akademike.</p> <p>Referuar dokumentit (<i>Aneks 18. Raporti vjetor i UAMD-së 2018 – 2019.pdf</i>), Fakulteti i Biznesit për vitin akademik 2018-2019 ka gjithsej 136 pedagogë nga ku 69 pedagogë efektivë (PAE), nga të cilët: 5 pedagogë kanë titullin Profesor Doktor, 12 kanë titullin “Profesor i Asociuar”, 33 kanë gradën Dr, dhe 19 Asistent Lektorë me Msc, dhe 67 pedagogë me kontratë (PAK).</p> <p>Ndërsa për Departamentin e Marketingut referuar dokumentit, (<i>Aneks 36. Staf i Akademik i Departamentit</i></p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




Marketing që prej vitit 2013 – 2014), rezultojnë për vitin 2018-2019, **15 pedagogë efektivë (PAE)**, nga të cilët 1 pedagog ka titullin Profesor Doktor, 6 kanë titullin Profesor Asocuar, 5 kanë gradën Doktor dhe 3 Master Shkencor, dhe **20. pedagogë me kontratë (PAK)**, nga të cilët 1 pedagog mban titullin Profesor Doktor, 3 pedagogë mbajnë titullin Profesor i Asocuar, 1 pedagog mban gradën Doktor dhe 15 me Master Shkencor.

GVJ konfirmon se pas shqyrtimit të të dhënave të paraqitura në dokumentin sipas DVV (*151 Lista e lendeve dhe lektoreve 16-19 që kanë dhene mesim ne MP MM*), dhe dokumentit të kërkuar gjatë vizitës në institucion (*3. Tabela me shperndarjen e lendeve dhe lektoreve v.a. 2019-2020 per Masterin Profesional Menaxhim Marketing*), rezulton se numri dhe kualifikimi i stafit të angazhuar në këtë program studimi, në dy vitet akademike është si më poshtë:

Për vitin akademik **2018-2019** janë angazhuar **8 pedagogë (5 PAE / 3 PAK)**:

- 1 Prof.Dr;
- 3 Prof.Asoc;
- 2 Dr;
- 1 Msc;

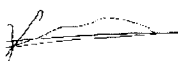
Mbulimi i programit në përqindje është **62.5% PAE**.

Për vitin akademik **2019-2020** janë angazhuar **9 pedagogë (6 PAE / 3 PAK)**:

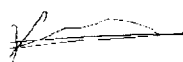
- 1 Prof.Dr;
- 4 Prof.Asoc;
- 3 Dr;
- 1 Msc;

Mbulimi i programit në përqindje është **67% PAE**.

Për sa i përket ngarkesës së orëve në auditor për vitin 2019-2020 referuar dokumentit, (*3. Tabela me shperndarjen e lendeve dhe lektoreve v.a. 2019-2020 per Masterin Profesional Menaxhim Marketing*) rezulton se stafi efektiv



	<p>mbulon 444 orë ndërsa stafi me kontratë 201 orë.</p> <p>Mbulimi i ngarkesës në përqindje është 68.8 % PAE.</p> <p>Megjithatë GVJ vëren një mospërputhje midis informacionit të ofruar nga syllabuset e lëndëve dhe pedagogëve të angazhuar në mësimdhënie. Më konkretisht lëndët: Drejtim Projekti, Kërkim Marketing dhe Komunikim i Integruar Marketing (<i>Aneks 63. Lista e lëndëve dhe lektorëve 2016-2019.pdf</i>). Stafi i angazhuar në këto tre lëndë mban titullin Master Shkencor. Ndërkohë që në ligjin 80/2015, neni 59 pika 6, <i>Personeli akademik, që angazhohet në mësimdhënie, duhet të ketë së paku kualifikim të ciklit pasardhës.</i></p> <p><i>Aneks 18. Raporti vjetor i UAMD-së 2018 – 2019.</i></p> <p><i>Aneks 37. Stafi Akademik i Departamentit Marketing që prej vitit 2013 – 2014.</i></p> <p><i>Aneks 63. Lista e lëndëve dhe lektorëve 2016-2019.</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></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>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketing, është program studimi i ciklit të dytë të studimit, referuar nivelit të 7 të kornizës Shqiptare të Kualifikimeve, organizohet me 60 ETC dhe kohëzgjatje 1 vit akademik, në përputhje me nenin 70 pika 4 e Ligjit 80/2015.</p> <p>Departamenti i Marketingut ofron programin e studimit "Menaxhim Marketing" si në Ciklin e Parë Bachelor ashtu edhe në Ciklin e Dytë të studimeve Master Profesional. Të dy këto programe studimi janë konceptuar të vijnë si një vazhdimësi logjike nga Cikli i Parë në Ciklin e Dytë të studimit. Sipas stafit të angazhuar në këtë program studimi por edhe dokumentave të shkruar (<i>Aneks 57. Analiza e lidhjes së ciklit bachelor me master.pdf</i>) vijimësia e këtij programi studimi targeton dy grupe të ndryshme profesionistësh. Studentët që përfundojnë MP në Menaxhim Marketing mund të punojnë si menaxherë të aktiviteteve marketing të një kompanie private por mund të punësohen edhe në sektorin publik (nevojë e identifikuar edhe nga</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, sipas klasifikimit/kodifikimit të programeve të studimit sipas</p>	<p>Departamenti i Marketingut ofron programin e studimit "Menaxhim Marketing" si në Ciklin e Parë Bachelor ashtu edhe në Ciklin e Dytë të studimeve Master Profesional. Të dy këto programe studimi janë konceptuar të vijnë si një vazhdimësi logjike nga Cikli i Parë në Ciklin e Dytë të studimit. Sipas stafit të angazhuar në këtë program studimi por edhe dokumentave të shkruar (<i>Aneks 57. Analiza e lidhjes së ciklit bachelor me master.pdf</i>) vijimësia e këtij programi studimi targeton dy grupe të ndryshme profesionistësh. Studentët që përfundojnë MP në Menaxhim Marketing mund të punojnë si menaxherë të aktiviteteve marketing të një kompanie private por mund të punësohen edhe në sektorin publik (nevojë e identifikuar edhe nga</p>




<p>direktivave dhe udhëzimeve kombëtare e evropiane. Në rastet e programeve ndërdisiplinore, të paktën një nga njësitë bashkëpunuese duhet ta sigurojë këtë përputhje.</p>	<p>kërkimi i tregut). Në lidhje me kodifikimin e programit, institucioni ka hartuar një kodifikim të brendshëm të programeve të saj ku për MP në Menaxhim Marketing kodi i përcaktuar është UAMD-MPS-70414-MEMA.</p> <p><i>Aneks 57. Analiza e lidhjes së ciklit bachelor me master.</i></p> <p><i>Aneks 45: Tabela e kodifikimit të programeve në UAMD.</i></p>		
<p>Kriteri 4. Në rastet kur institucioni ofron program të ciklit të dytë “Master profesional” në një drejtim specifik, jashtë profilit të institucionit, cilësia e tij garantohet nga institucionet partnere.</p>	<p>Programi i ciklit të dytë Master MP në Menaxhim Marketing, është tërësisht në drejtimin specifik brenda profilit të institucionit.</p>		
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>
		X	

<p>Standardi I.5</p> <p>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 përputhje me fushën dhe specifikën e këtyre të fundit.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>
<p>Kriteri 1. Institucioni për hartimin, mbikëqyrjen dhe mbarëvajtjen e programit, siguron marrëdhënie bashkëpunimi brenda institucionit nëpërmjet ndarjes së detyrave mes njësisve e personelit, marrjes së përgjegjësisve respektive dhe analizës së vazhdueshme të punës së tyre.</p>	<p>Referuar shqyrtimit të dokumentave si: <i>(Aneks 5. Rregullore e UAMD-së.pdf</i> si <i>Aneks 34. Rregullore e Departamentit Marketing.pdf</i>, GVJ konstaton se ka një ndarje të detyrave dhe përgjegjësisve mes strukturave të institucionit, dhe pesha kryesore për programin e studimit mbulohet nga njësi bazë përgjegjëse, Departamenti i Marketingut.</p> <p>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketingu ka në përbërje të tij edhe module të cilat ofrohen nga departament të tjera. Respektivisht nga Departamenti i Menaxhimit ofrohet Drejtim Projekti dhe nga Departamenti i Financë - Kontabilitetit ofrohet lënda Kontabilitet Financë.</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




	<p><i>Aneks 25. Kurrikula pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 2. Për realizimin e objektivave e procesit mësimor e formues të studentëve, institucioni vendos marrëdhënie bashkëpunimi me institucionet homologe brenda dhe/ose jashtë vendit, aktorët e biznesit vendës dhe/ose të huaj.</p>	<p>Në nivel institucional UAMD merr pjesë në një sërë projektesh bashkëpunimi në kuadër të Erasmus+, IPA, Interreg etj. Qëllimi i bashkëpunimit është për implementimin e projekteve të përbashkëta kërkimore shkencore, për shkëmbim stafi dhe studentësh. Përsa i përket zyrës që menaxhon marrëdhëniet me institucionet homologe jashtë dhe brenda vendit, është e përbërë nga dy sektorë. Sektori për Planifikimin dhe Monitorimin e Projekteve si dhe sektori i Marrëdhënieve me Jashtë. Në secilin sektor punojnë 5 specialistë dhe një shef sektori. Një nga objektivat kryesore të kësaj zyre është ndërkombëtarizimi i universitetit dhe ndërkombëtarizimi i programeve të studimit me qëllim rritjen e cilësisë si në drejtim të mësimdhëniës ashtu edhe atë të mësimnxënies. Ky objektiv shprehet në numër të rritur të mobiliteteve si me universitetet në rajonin e Ballkanit ashtu edhe me ato Evropiane. Objektivi tjetër strategjik është dhe rritja e numrit të projekteve me karakter zhvillimor dhe inovativ. Në dokumentin (<i>17. Raporti vjetor i UAMD-së 2018 – 2019.pdf faqe 31-34</i>) detajohen informacione që lidhen me ndërkombëtarizimin e UAMD-së, projektet ku Universiteti është partner, marrëveshjet e bashkëpunimit si dhe credit mobility. Megjithatë nga takimet e GVJ me stafin e angazhuar pranë zyrës së projekteve, numri i studentëve që vijnë në UAMD dhe numri i atyre që ndjekin një semestër në universitete partnere është shumë i ulët.</p> <p><i>GVJ sugjeron që zyra e projekteve si dhe stafi i UAMD-së, duhet të punojë më shumë në promovimin e programit të shkëmbimeve si dhe përfitimet që kanë studentët në përfitimin e atyre që quhen soft skills.</i></p>




<p>Kriteri 3. Për realizimin e programeve të ciklit të dytë “Master profesional”, institucioni nënshkruan marrëveshje të posaçme me institucione, institute, kompani, të fushës përkatëse, për realizimin e praktikave profesionale, klinike, praktikave të punës apo stazhit etj.</p> <p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë vendos marrëdhënie zyrtare e bashkëpunon me punëdhënësit për kryerjen dhe mbikëqyrjen e praktikës, në varësi të natyrës specifike të programeve të studimit që ofron.</p>	<p>Nga shqyrtimi i dokumentacionit por edhe nga vizita në IAL vihet re një numër i konsiderueshëm marrëveshjesh në nivel universiteti, në nivel fakulteti dhe në nivel departamenti. Institucioni ka vënë në dispozicion një listë biznesesh e cila mund të shërbejë si një databazë për studentët për zhvillimin e praktikës. Departamenti i Marketingut ka firmosur një sërë marrëveshjesh bashkëpunimi me një sërë biznesesh në qytetin e Durrësit. Këto marrëveshje shërbejnë kryesisht për të lehtësuar procesin e zhvillimit të praktikës apo edhe për realizimin e kërkimeve në një drejtim të caktuar nëse kjo nevojë do të paraqitet nga biznesi.</p> <p><i>Megjithatë GVJ gjykon që për programin në fjalë, duhet të hartohen indikatorë të matshëm për secilin objektiv të vendosur në marrëveshjen e bashkëpunimit dhe kohëzgjatjen e realizimit. Vendosija e disa indikatorëve do të shërbejë departamentit për të evidentuar cilësinë e një marrëveshje të caktuar. Një indikator mund të jetë numri i studentëve që kanë zhvilluar praktikë pranë institucionit, numri i studentëve të punësuar pas zhvillimit të praktikës etj</i></p> <p><i>Aneks 7. Lista e Bizneseve Qarku Durrës.</i></p> <p><i>Aneks 49. Marrëveshjet e bashkëpunimit të departamentit marketing.</i></p> <p><i>Aneks 50. Lista e marrëveshjeve të bashkëpunimit të Fakultetit të Biznesit.</i></p>
<p>Kriteri 5. Institucioni i arsimit të lartë ofron trajnime profesionale të mëtejshme për studentët e diplomuar në bashkërendim me punëdhënësit.</p>	<p>IAL nuk ofron trajnime profesionale për këtë program studimi. Nga diskutimet e kryera gjatë vizitës në Institucion, GVJ konstaton se me qëllim realizimin e objektivave të procesit mësimor të programit MP në Menaxhim Marketing, institucioni ofron trajnime, leksione të hapura, orë informuese për mundësi punësimi apo mundësi trajnimesh në tërësi si Institucion (Alumni dhe Komunikimi). Në RVB përmenden si trajnime profesionale konferencat brenda dhe jashtë vendit të studentëve.</p> <p><i>MP Menaxhim Marketing.</i></p>
<p>Kriteri 6. Në mënyrë periodike njësia përgjegjëse për programin e studimit harton</p>	<p>Aktualisht institucioni nuk ka vënë në dispozicion raporte analitike për përfitimet e marra nga marrëveshjet e bashkëpunimit. Ashtu si u përmend më sipër, IAL por edhe</p>




raporte analitike të përfitimeve nga marrëveshjet e bashkëpunimit në funksion të realizimit të programeve të studimeve.	në nivel departamenti, duhet të bëhet më shumë për të matur efektivitetin e një marrëveshje bashkëpunimi të caktuar me biznesin privat apo me sektorin publik.			
Shkalla e përmbushjes së standardit			Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
			X	

Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës I			Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
			X	

II. ORGANIZIMI, DREJTIMI DHE ADMINISTRIMI I PROGRAMEVE TË STUDIMIT TË CIKLIT TË DYTË MASTER PROFESIONAL

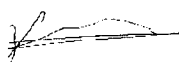
Standardi II.1 Programet e studimit organizohen në përputhje me parashikimet ligjore e përcaktimet nënligjore kombëtare në fuqi për këto programe studimi.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1 Programet e studimit janë të organizuara në lëndë e module dhe të vlerësuara në kredite, në përputhje me legjislacionin vendas në fuqi dhe sipas Sistemit Evropian të Transferimit dhe Grumbullimit të Krediteve (ECTS).	<p>Programi i studimit Master Profesional në “Menaxhim Marketing” pranë Departamentit të Marketingut në Fakultetin e Biznesit në UAMD, referuar dokumentacionit që ekspertët kanë konsultuar, rezulton të jetë i organizuar, në përputhje me legjislacionin vendas në fuqi dhe sipas Sistemit Evropian të Transferimit dhe Grumbullimit të Krediteve (ECTS). Lëndët kanë të përcaktuar ngarkesën dhe numrin e krediteve. (<i>Aneks 63. Lista e lëndëve dhe lektorëve 2016-2019</i>)</p> <p>Nga evidencat rezulton se për tre vitet e fundit, 2016-2017, 2017-2018 dhe 2018-2019, programi përmban 8 lëndë, praktikën profesionale si dhe punimin e tezës së diplomës. Programi ka 60 kredite, të organizuara në 2 semestra. Kjo përbërje rezulton e ndryshuar 3 vitet e fundit. Nga stafi i angazhuar në këtë program studimi nuk u paraqitën argumenta për ndryshimin e tij dhe praktikën e ndjekur për largimin e disa moduleve dhe vendosjen e disa të tjerëve. Programi i Masterit Profesional në Menaxhim Marketing realizohet në 1 vit, ndarë</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel: +355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

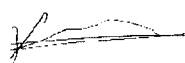
	<p>në 2 semestra, gjatë të cilit studenti fiton 60 kredite dhe realizon:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 495 orë në auditor; • 605 orë punë individuale; • 150 orë Praktika; • 250 orë Mikroteza; <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 2 Programet e studimit të ciklit të dytë synojnë formimin e shprehive të veçanta në një llojshmëri të gjerë profesionale e specialitetesh.</p> <p>Kriteri 3 Programet e studimit të ciklit të dytë japin njohuri të përparuara në një fushë studimi ose punësimi, ku përfshihet të kuptuarit kritik të teorive dhe parimeve akademike të fushës.</p>	<p>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketing është një program studimi në vazhdimësi të programit me të njëjtin emër të ofruar në ciklin e parë të studimeve në Fakultetin e Biznesit në Departamentin e Marketingut.</p> <p>Gjykimi i ekspertëve në lidhje me kompozimin e planit mësimor të programit të studimit MPMM, është që ky plan mësimor ka në përbërje të tij, lëndë që i ofrojnë studentit njohuri teorike dhe aplikative në fushën e Marketingut, duke i shërbyer përgatitjes së profesionistëve dhe menaxherëve marketing të suksesshëm. Referuar evidencave që gjenden në sistemin AMS, Objektivat kryesore formuese të programit të studimit Master Profesional “Menaxhim Marketing” janë:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aftësimi në përzgjedhjen e teknikave të duhura për menaxhimin e medieve; - Aftësimi për zhvillimin e fushatave marketing; - Të mësojnë si të ekzaminojnë sistematikisht tema të ndryshme mbështetur në baza të forta teorike; - Të përgatisë profesionistë në fushën e drejtimit marketing, në përzgjedhjen e alternativave të marketimit dhe të mënyrave më të mira për menaxhimin e tyre; - Të zhvillojë aftësinë për të ndërtuar dhe vlerësuar raporte ekonomike dhe marketing; - Të njihen dhe të aftësohen në njohjen e sistemit marketing në nivel ndërkombëtar; - Të përgatisë profesionistë në fushën e kërkimit sasior dhe cilësor dhe njohjen e modeleve për vlerësimin e tyre;



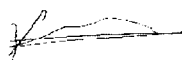

	<p>Referuar misionit dhe kuptimit të tij GVJ konkludon se nëpërmjet realizimit të këtij misioni, synohet formimimi i shprehive të veçanta në një llojshmëri të gjerë profesionale e specialitetesh, si kompetenca për të analizuar situatat e bizneseve dhe problematikat që lidhen me proceset e marketingut në organizata. Referuar përmbajtjes së programit të studimit MP në Menaxhim Marketing, syllabuseve të lëndëve dhe takimit që GVJ pati me drejtues të njësisë kryesore dhe asaj bazë përgjegjëse për këtë program studimi, rezulton se MP në MM krijon mundësinë që studentët të marrin njohuri të avancuara dhe të thelluara në fushën e menaxhimit të marketingut nëpërmjet të kuptuarit kritik të teorive dhe parimeve akademike të fushës manaxheriale për kuadrot e kompanive private ose të atyre të organizatave publike. Pavarësisht kësaj, <i>GVJ është e mendimit që plani mësimor i MP në MM për tu konsideruar i plotësuar ky kriter, për t'iu shërbyer të kuptuarit kritik të teorive dhe parimeve akademike të fushës, duhet të përmbajë module specifike të cilat ekzistojnë në programin e mëparshëm, të cilët GVJ konsideron se mungojnë në programin aktual.</i> Gjithashtu, ndjekja e programit të studimit nga studentët të programeve të ndryshme paraqet nevojën për të theksuar më shumë module që lidhen me thellimin e njohurive në aspektin praktik të aktiviteteve marketing që duhen menaxhuar në kushtet kur teknologjia avancohet çdo ditë.</p> <p><i>Aneks 9: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” para Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 10: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 4 Programet e studimit të ciklit të dytë zhvillojnë njohuri, aftësi dhe</p>	<p>GVJ mbështetur në planin mësimor të programit të studimit MP në Menaxhim Marketing dhe, takimeve me studentët të programit si dhe me stafin akademik të përfshirë në program,</p>




<p>kompetenca të avancuara në fusha akademike ose profesionale, të nevojshme për zgjidhjen e problemeve komplekse dhe të paparashikueshme në një fushë të specializuar studimi ose profesionale.</p>	<p>është i mendimit se programi i studimit MP në Menaxhim Marketing, në mënyrën si është konceptuar, nëpërmjet lëndëve që përmban, syllabuseve të tyre, si dhe mënyrës si organizohen lëndët, synon të jetë i orientuar drejt zhvillimit të njohurive, aftësive dhe kompetencave të lidhura me fushën e menaxhimit të aktiviteteve marketing si dhe në zgjidhjen e problemeve komplekse dhe të paparashikueshme me të cilat ndeshen bizneset sot. Megjithatë, për ti shërbyer në mënyrë të drejtëpërdrejtë dhe për të qenë më shumë i orientuar drejt aftësive dhe kompetencave që nevojiten në këtë fushë, <i>GVJ rekomandon përfshirjen e disa lëndëve të rëndësishme si mund të jenë: E-Marketing, Marketing Digjital etj, të cilat kanë qenë pjesë e programit të mëparshëm.</i></p> <p><i>Aneks 9: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” para Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 10: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 5 Programet e studimit të ciklit të dytë përmbajnë të gjitha elementet që përbëjnë strukturën e programit të studimit të përcaktuara në akte ligjore e nënligjore.</p> <p>Kriteri 6 Programet e studimit kanë të përcaktuar qartë veprimtaritë formuese, duke grupuar lëndët/modulet sipas kategorive të përcaktuara dhe me ngarkesën përkatëse në kredite.</p>	<p>Referuar evidencave si dhe takimit me drejtuesin e njesisë kryesore dhe asaj bazë, rezulton se elementët që përbëjnë strukturën e programit të studimit të MP në Menaxhim Marketing, bazohen mbi përcaktimet e VKM 41, datë 24.01.2018 dhe analizohen si më poshtë:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. MP në Menaxhim Marketing, rezulton të ketë 8 lëndë, praktikën mësimore dhe punimin e diplomës. 3 prej lëndëve kanë 7 kredite, 3 lëndë kanë 5 kredite, dy lëndë 4 kredite, punimi i diplomës përmban 10 kredite, ndërsa praktika profesionale përmban 6 kredite. Masteri zhvillohen në dy semestra, përkatësisht 15 dhe 10 javë. 5 Lëndët e zhvilluara në semestrin e parë, kanë ngarkesa javore, 2 leksione/ në javë dhe dy seminare/ në javë dhe zhvillohen në 15 javë; b. Plani mësimor konstatohet se ka të përcaktuara dhe të deklaruara objektivat formuese që synohet të arrihen si dhe




	<p>kompetencat profesionale që synohet të fitojnë studentët në përmbyllje të studimeve të tyre;</p> <p>c. Në planin mësimor gjenden të gjitha ndarjet sipas veprimtareve formuese nga A-E. Veprimtaritë formuese të tij janë të përcaktuara dhe GVJ konstaton se:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lëndët bazë (kategoria A) kanë 15 % të krediteve; - lëndët karakterizuese (kategoria B) kanë 43 % të krediteve; - lëndët integruese (kategoria C) që zënë 15% të krediteve; - lëndët plotësuese (kategoria D) 10% të krediteve; - kategoria E e detyrimeve përmbyllëse përmban 10 kredite ose 16,6% të krediteve; <p><u>GVJ konstaton se ndarja sipas veprimtarive formuese nuk është në përputhje të plotë me VKM nr 41 konkretisht:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Lëndët e kategorisë A duhet të përbëjnë 5%-10% të krediteve ndërkohë që në programin aktual, lëndët bazë zënë 15% të peshës totale të krediteve; - Lëndët e kategorisë B duhet të përbëjnë 30-40% të peshës së krediteve ndërkohë që në programin aktual, këto lëndë zënë 15% të peshës totale të krediteve; - Lëndët e kategorisë C duhet të përbëjnë 20%-30% të krediteve ndërkohë që në programin aktual zënë 15% të peshës së krediteve; <p>VKM nr 41 është zbatuar për kategorinë D dhe E. Gjithashtu GVJ gjykon që ka një mungesë koherence në klasifikimin e lëndëve sipas kategorive. Nga shqyrtimi i dokumentacionit vihet re një mungesë konsistence në informacionin e dhënë. Konkretisht për kategorinë e lëndës Kontabilitet Financiar në syllabus paraqitet si lëndë bazë (tipologjia A) ndërsa në planin mësimor si lëndë interdisiplinare (tipologjia C).</p> <p>Sipas VKM nr 41, Lëndë bazë të programit të studimit, janë ato lëndë që përcaktojnë formimin e përgjithshëm, përgatitjen metodologjike dhe kulturën e përgjithshme. Në programin aktual këtë kusht e plotësojnë lëndët si: Metoda të Kërkimit Shkencor dhe Kërkim Marketing të cilat janë klasifikuar si lëndë ndërdisiplinore. Ndërkohë lëndë të klasifikuara si lëndë</p>
--	--




	<p>bazë shërbejnë më tepër si lëndë ndërdisiplinore për një program studimi në Menaxhim Marketing.</p> <p><i>GVJ rekomandon që lëndët e kategorisë A të klasifikohen në kategorinë C dhe anasjelltas.</i></p> <p>GVJ konstaton se Syllabuset e lëndëve janë organizuar duke pasur në përmbajtje, objektivat, temat, literaturën bazë dhe ndihmëse, emrin e Titullarit, numrin e krediteve si dhe ngarkesën leksion seminar. Hartimi i syllabusit është bazuar në modelin e përcaktuar në VKM nr. 41, Dt.24.01.2018 (Pika 2.8, shtojca no.2). Në përgjithësi literatura e përfshirë në programin e lëndëve është e 5 viteve të fundit. Në përfundim të studimeve studentët pajisen me diplomë e cila shoqërohet edhe me suplementin përkatës. GVJ pas shqyrtimit të DVV konstatoi se , këto dokumenta, kanë elementët e duhur në përbërje dhe janë në përputhje me emërtimin e programit.</p> <p><i>Aneks26. Suplementi i Diplomës Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 28. Rregullore për përgatitjen e mikrotezës.</i></p>			
<p>Kriteri 7 Programet e studimit parashikojnë ngarkesën në kredite të dedikuara për praktikën profesionale, laboratorike e klinike me ekuivalentim sipas përcaktimeve në aktet nënligjore kombëtare dhe në përputhje me direktivat evropiane.</p>	<p>GVJ konstaton se në planin mësimor të MP në Menaxhim Marketing, për praktiken profesionale, janë parashikuar 6 kredite, pesha në kredite është në përputhje me VKM nr 41.</p> <p><i>Aneks 25. Kurrikula pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>X</p>

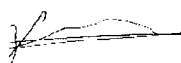
Standardi II.2

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

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet ligjore për vlerësimin dhe akreditimin.</p>	<p>Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet ligjore për vlerësimin dhe akreditimin. Gjithashtu, edhe njësia bazë që është Departamenti i Marketingut e zhvillon të gjithë aktivitetin në përputhje me legjislacionin në fuqi në përmbushje të gjithë standardeve të cilësisë për mësimdhënie dhe procesin e kërkimit shkencor. Grupi i vlerësimit të brëndshëm përbëhet nga anëtarë të personelit akademik efektiv të departamentit dhe një përfaqësues i studentëve të këtij program studimi. Ky program studimi rrjedh nga programi MP ne Menaxhim me profile: a. Menaxhim Biznes; b. Marketing, licensuar me VKM Nr. 1161, datë 25.11.2009, i cili eshte riorganizuar ne: Mp në Menaxhim Marketing, me Vendim Senati Nr. 108 date, 14.06.2018, miratuar nga MASR me shkrese nr. 7243/1, date 22.08.2018. Ky program studimi ofrohet me 60 kredite.</p>
<p>Kriteri 2. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet ligjore dhe nënligjore për organizimin dhe strukturën akademike.</p>	<p>Fakulteti i Biznesit është hapur me <i>VKM, Nr. 801, dt 20.12.2006</i>, si një nga njësitë kryesore të (UAMD). Kur u krijua njihej me emrin Fakulteti i Ekonomisë dhe Administrimit, ndërsa që prej vitit 2010 emërtohet si “Fakulteti i Biznesit” (FB). Fakulteti aktualisht përbëhet nga 5 departamente:</p>
<p>Kriteri 3. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet ligjore për numrin dhe nivelin e kualifikimit të personelit akademik, raportet midis personelit me kohë të plotë, të pjesshme dhe të ftuar.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Departamenti i Financë-Kontabilitet; 2. Departamenti i Menaxhimit; 3. Departamenti i Marketingut; 4. Departamenti i Shkencave Ekonomike; 5. Departamenti i Turizmit; <p>Departamenti i Marketingut ofron programin e ciklit të parë të studimit Bachelor “Menaxhim Marketing” dhe programet e ciklit të dytë të studimeve Master i Shkencave dhe Master Profesional përkatësisht në “Menaxhim Marketing”. Stuktura, detyrat dhe përgjegjësitë e njësisë kryesore dhe asaj bazë që është përgjegjëse për MP në Menaxhim Marketing, janë të përcaktuara në statut dhe në Rregulloren e Fakultetit, të cilat janë në përputhje me Ligjin 80/2015 të Arsimit të Lartë.</p>
<p>Kriteri 4. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit përmbush detyrimet ligjore dhe nënligjore për organizimin dhe strukturën akademike.</p>	<p>Dekani i Fakultetit mban titullin akademik “Profesor i</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




	<p>Asocua”, Përgjegjësi i Departamentit të Marketingut gjithashtu ka gradën shkencore, “Profesor i Asocuar”.</p> <p>Fakulteti i Biznesit pranë UAMD në vitin akademik 2018-2019, ka në përbërje të tij gjithsej 136 pedagogë nga ku 69 pedagogë si Personel akademik efektiv (PAE), dhe 67 pedagogë me kontratë (PAK) të organizuar në 5 departamente. Përbërja e departamenteve në raportet PAE / PAK është si më poshtë:</p> <p><u>Departamenti i Financë-Kontabilitet</u>, përbëhet nga: (17 PAE / 14 PAK), nga këta me grada/tituj shkencore 11 / 14;</p> <p><u>Departamenti i Menaxhimit</u>, përbëhet nga: (14 PAE / 10 PAK), nga këta me grada/tituj shkencore 11 / 10;</p> <p><u>Departamenti i Marketingut</u>, përbëhet nga: (15 PAE / 20 PAK), nga këta me grada/tituj shkencore 12 / 5;</p> <p><u>Departamenti i Shkencave Ekonomike</u>, përbëhet nga: (15 PAE / 7 PAK), nga këta me grada/tituj shkencore 11 / 1;</p> <p><u>Departamenti i Turizmit</u>, përbëhet nga: (8 PAE / 11 PAK), nga këta me grada/tituj shkencore 7 / 11;</p> <p>Përsa më sipër GVJ konstaton se të pesë njësitë bazë, plotësojnë detyrimet ligjore për nivelin e kualifikimit të personelit akademik. GVJ referuar dokumentave të mëposhtëm ku institucioni deklaron të dhënat për stafin akademik efektiv për vitet, 2018-2019, konstaton se numri i stafit efektiv, në të pesë njësitë bazë ka mbi 7 anëtarë, duke plotësuar kriterin ligjor minimal 7 anëtarë - staf efektiv, për çdo njësi bazë.</p> <p><i>Aneks 37. Staf i Akademik i Departamentit Marketing që prej vitit 2013 – 2014.</i></p> <p><i>Aneks 59. Organigrama e FB-së.</i></p> <p><i>Aneks 60. Organigrama e Departamentit.</i></p> <p><i>Aneks 146. RVB-ja e Fakultetit të Biznesit.</i></p>
<p>Kriteri 5. Njësia kryesore/bazë përgjegjëse për programin e studimit angazhon personel akademik ndihmës për realizimin e praktikave</p>	<p>Njësia bazë nuk angazhon personel akademik ndihmës.</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




mësimore, laboratorike e klinike.									
Kriteri 6. 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.	Programi i studimit MP “Menaxhim Marketing”, ka të përcaktuar në rregulloren e programit emërimin e koordinatorit të programit. Nga informacioni i siguruar nga RVB si dhe nga vizita në institucion, rezulton se koordinatori i MP, është shefi i Departamentit të Marketingut i cili është përgjegjës për ecurinë dhe zhvillimin e programit në përputhje me objektivat e tij. Detyrat dhe përgjegjësitë e koordinatorit të programit janë të përcaktuara sipas nenit 15 të rregullores së departamentit disa nga të cilat janë:								
Kriteri 7. Koordinator i programit raporton në mënyrë periodike te drejtuesi i njësisë përgjegjëse dhe dokumenton çdo informacion që lidhet me programin e studimit.	<ul style="list-style-type: none"> - koordinon punën për përgatitjen e dokumentacionit pedagogjik; - mban kontakte dhe ndihmon në organizimin e takimeve me bizneset me qëllim nxitjen e bashkëpunimit; - mbikqyr procesin e kryerjes së praktikave studentore; - organizon vlerësimin e brendhëm të programit të studimit; 								
Shkalla e përmbushjes së standardit	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Përmbushet pjesërisht</th> <th>Përmbushet kryesisht</th> <th>Përmbushet plotësisht</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">X</td> </tr> </tbody> </table>		Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht				X
	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht						
			X						

Standardi II.3

Programet e studimit të ciklit të dytë janë të detajuara, informuese, të strukturuar dhe të organizuara në përputhje me parashikimet dhe objektivat formuese të programeve të ciklit të dytë.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1. Njësia kryesore/bazë, përgjegjëse për programet e studimit të ciklit të dytë, disponojnë informacionet e nevojshme për organizimin, strukturën dhe përmbajtjen e programeve të studimeve.	Gjatë vizitës në institucion si dhe nga dokumentacioni i depozituar në sistemin AMS, GVJ konstatoi se për MP në Menaxhim Marketing, njësia kryesore dhe ajo bazë kanë informacionin e duhur për organizimin e këtij masteri, si rregullorja e programit, plani mësimor, shpërndarja e lëndëve sipas pedagogëve. Ajo propozon stukturën dhe ndryshimet në planin mësimor, kurrikulën dhe stafin e përfshirë. Përgjegjësi i Departamentit është titullari që i propozon drejtuesve rishikimin e programit nëse është i

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

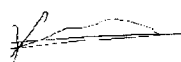
Web site: www.ascal.al

	<p>nevojshëm.</p> <p><i>Aneks 11. Rregullore e Master-it Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p> <p><i>Aneks 34. Rregullore e Departamentit Marketing.</i></p> <p><i>Aneks 37. Stafit Akademik i Departamentit Marketing që prej vitit 2013 – 2014.</i></p> <p><i>Aneks 60. Organigrama e Departamentit.</i></p> <p><i>Aneks 146. RVB-ja e Fakultetit të Biznesit.</i></p>
<p>Kriteri 2. Programet e studimit organizohen në lëndë, module, praktikë e aktivitete formuese, në përputhje me përcaktimet ligjore në fuqi.</p>	<p><u>GVJ konstaton se ndarja sipas veprimtarive formuese nuk është në përputhje të plotë me VKM nr 41 konkretisht:</u></p> <p>Lëndët e kategorisë A duhet të përbëjnë 5%-10% të krediteve ndërkohë që në programin aktual, lëndët bazë zënë 15% të peshës totale të krediteve;</p>
<p>Kriteri 3. Programet e studimit organizohen në lëndë e module, të vlerësuara me kredite sipas sistemit vendës e evropian, të ndara në vite e semestra.</p>	<p>Lëndët e kategorisë B duhet të përbëjnë 30-40% të peshës së krediteve ndërkohë që në programin aktual, këto lëndë zënë 15% të peshës totale të krediteve;</p> <p>Lëndët e kategorisë C duhet të përbëjnë 20%-30% të krediteve ndërkohë që në progamin aktual zënë 15% të peshës së krediteve;</p>
<p>Kriteri 4. Programet e studimit përmbajnë planin mësimor, ku përfshihen informacionet e nevojshme për ngarkesën mësimore, orët në auditor/jashtë auditorit, frekuentimin/ndjekjen e programit dhe mënyrën e vlerësimit të dijeve etj.</p>	<p>VKM nr 41 është zbatuar për kategorinë D dhe E. <i>Gjithashtu GVJ gjykon që ka një mungesë koherence në klasifikimin e lëndëve sipas kategorive.</i> Sipas VKM nr 41, Lëndë bazë të programit të studimit, janë ato lëndë që përcaktojnë formimin e përgjithshëm, përgatitjen metodologjike dhe kulturën e përgjithshme. Në programin aktual këtë kusht e plotësojnë lëndë si Metoda të Kërkimit Shkencor dhe Kërkim Marketing të cilat janë klasifikuar si lëndë ndërdisiplinore. Ndërkohë lëndë të klasifikuara si lëndë bazë shërbejnë më tepër si lëndë ndërdisiplinore për një program studimi në Menaxhim Marketing. <i>Prandaj GVJ rekomandon që lëndët e kategorisë A të klasifikohen në kategorinë C dhe anasjelltas.</i></p> <p>Programi i studimit, për çdo lëndë ka të përcaktuar kategorinë të cilës i përket si dhe numrin e krediteve sipas sistemit ECTS, vitin dhe semestrin kur lënda zhvillohet. Rezulton se lëndët kanë 7, 6, 5 dhe 4 kredite. Mbrojtja e diplomes ka 10 kredite. Programi zhvillohet ne 2 semestra.</p>

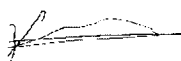
Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al


Web site: www.ascal.al




	<p>Kohëzgjatja e programit është 1 vit, me 60 kredite në total. Në programin mësimor të MP në Menaxhim Marketing, konstatohet se ka informacion të plotë për ndarjen e çdo lënde në komponentët leksion / seminar, orët në auditor/jashtë auditorit, dhe kreditet për çdo aktivitet. Referuar rregullores së programit master në sistemin AMS, rezultojnë se janë të parashikuara dhe të përcaktuara klauzolat për skemën e vlerësimit të studentëve si dhe për detyrimin e studentëve për nivelin e frekuentimit të programit. Kontrolli i dijes për studentët e MP në Menaxhim Marketing, realizohet nëpërmjet vlerësimit gjithë semestral. Skema e vlerësimit është e njëjtë në të gjitha lëndët. Mënyra e vlerësimit është:</p> <ul style="list-style-type: none"> • provimi i ndërmjetëm (vlerësohet me 400 pikë në total) • provimi përfundimtar (vlerësohet me 500 në total) • detyrat e kursit 100 pikë të mundshme) <p>Në total studenti/ja mund të përfitojë 1000 pikë të mundshme. Vlerësimi përfundimtar bëhet mbi bazën e pikëve të grumbulluara dhe përqindjeve përkatëse. Studenti duhet të ketë përvetësuar 60% të lëndës që të marrë notën kaluese. Të gjitha provimet zhvillohen me shkrim. GVJ është e mendimit se të dyja këto skema vlerësimi krijojnë mundësi të nxitjes dhe aktivizimit të studentëve gjatë gjithë semestrit, duke përdorur forma alternative vlerësimi të duhurat për një mjedis heterogjen studentësh dhe duke i shërbyer formësimit dhe përvetësimit të dijeve të qëndrueshme.</p> <p><i>Aneks 72. Syllabuset e Master Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p>
<p>Kriteri 5. Programet e studimit përmbajnë të gjitha informacionet e nevojshme për studentët që lidhen me kriteret e përgjithshme dhe specifike të pranimit, transferimit dhe ekuivalentimit të studimeve.</p>	<p>Në rregulloren e programit të studimit si edhe në dokumentet e tjera rregullatore të UAMD, përcaktohen me hollësi kriteret e transferimit dhe të ekuivalentimit të studimeve si edhe proceset që lidhen me to.</p> <p><i>Aneks 11. Rregullore e Master-it Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p> <p><i>Aneks 34. Rregullore e Departamentit Marketing.</i></p>




	<i>Aneks 71. Transferimet-Lëndët e Konvertuara 2016 finale.</i>
Kriteri 6. Programet e studimit përmbajnë informacionet e nevojshme për programet lëndore (syllabuset e detajuara) për secilën lëndë, për praktikat, seminarët apo orët e laboratorit, si dhe të gjithë komponentët formues të programit brenda dhe jashtë auditorit në përputhje me formatet e miratuara.	<p>Programi i studimit shoqërohet me syllabuset e çdo lënde. GVJ nga shqyrtimi i syllabuseve, konstaton se në këto syllabuse ka informacion për objektivat, për literaturën, për format e organizimit, mënyrën e vlerësimit etj. GVJ konstaton se Syllabuset e lëndëve janë organizuar duke pasur në përmbajtje, objektivat, temat, literaturën bazë dhe ndihmëse, emrin e titullarit, numrin e krediteve si dhe ngarkesën leksion seminar. Megjithatë modeli që përdoret për hartimin e tyre, nuk është bazuar në modelin e përcaktuar në <i>VKM nr. 41, Dt.24.01.2018 (Pika 2.8, shtojca no.2)</i>. Literatura është e pesë viteve të fundit.</p> <p><i>Aneks72. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
Kriteri 7. Përmbajtja e programeve të studimit është në përmirësim dhe përditësim të vazhdueshëm dhe në fillim të çdo viti akademik miratohen ndryshimet eventuale dhe arkivohet dosja e plotë.	<p>Nga informacioni i siguruar gjatë vizitës në institucion dhe takimi me drejtues të njësisë kryesore dhe asaj bazë përgjegjëse për MP në Menaxhim Marketing, rezulton se programi i studimit për tre vitet e fundit ka pësuar ndryshime. Stafi i angazhuar në këtë program studimi u shpreh se këto ndryshime ishin të nevojshme për të reflektuar nevojat e tregut.</p> <p><i>Megjithatë GVJ mendon që programet paraprake sa i përket moduleve të përfshira ishin më afër objektivave që një MP në Menaxhim Marketing synon. Argumentat janë paraqitur më sipër. Argumentat për ndryshimin nuk janë të bazuar në kompetenca specifike apo si një sinjal direkt i tregut të punës</i></p> <p><i>Aneks 9: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” para Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 10: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>




Shkalla e përmbushjes së standardit			Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

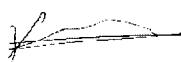
Standardi II.4	
<p>Struktura, organizimi dhe përmbajtja e programeve të studimit është në përputhje me objektivat formuese, nivelin e kualifikimit sipas Kuadrit Kombëtar dhe Evropian të Kualifikimeve, rezultateve të të nxënit, kompetencave në përputhje me kërkesat e tregut të punës.</p>	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Ngarkesa e programit të studimit është strukturuar në përputhje me parashikimet ligjore e nënligjore në fuqi.</p>	<p>Referuar programit të studimit MP në Menaxhim Marketing, përmban:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 60 Kredite; - Orë total 1500, 495 orë në auditor/1005 orë jashtë auditorit; - Në semestrin e parë zhvillohen 700 orë, nga këto 315 orë zhvillohen në auditor, 385 orë jashtë auditorit; - Në semestrin e dytë zhvillohen 800 orë, nga këto 180 orë në auditor dhe 580 jashtë auditorit; - 23 Orë/ javë semestri parë (15 jave), 11 orë/javë semestri i dytë (10 jave); <p>GVJ është e mendimit se ngarkesa e programit të studimit është strukturuar në përputhje me parashikimet ligjore e nënligjore në fuqi.</p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Masterit Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p>
<p>Kriteri 2. Emërtimi, përmbajtja e veprimtarive, shpërndarja e lëndëve dhe praktikave, mundësojnë thellim të njohurive dhe aftësive dhe/ose punësimin e studentëve.</p>	<p>GVJ është e mendimit se programi ka përputhshmëri, midis emërtimit të tij dhe lëndëve që përmban, të cilat do të mundësojnë thellim të njohurive dhe aftësive për studime të mëtejshme si dhe për punësimin e studentëve që vazhdojnë këtë program studimi në përputhje me emërtesën e programit të studimit. Shpërndarja e lëndëve, mundëson thellim të</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423


E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

	<p>njohurive dhe aftësive dhe/ose punësimin e studentëve. <i>Megjithatë GVJ mendon që programi mund të pasurohet me lëndë të karakterit praktik që lidhin teknologjinë me marketingun. Module të cilat ishin ekzistuese në vitet 2016-2017.</i></p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 3. Lëndët/modulet, shpërndarja në vite e semestra, vlerësimi në kredite e orë mësimore mundëson arritjen e objektivave formuese të programit të studimit dhe rezultateve të pritshme të të nxënit dhe aftësimin profesional.</p>	<p>Referuar objektivave të deklaruar të programit citojmë se: Objektivat kryesore formuese të programit të studimit Master Profesional “Menaxhim Marketing” janë:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Të aftësojë studentët në përzgjedhjen e teknikave të duhura për menaxhimin e mediave; 2. Të zhvillojë aftësinë për zhvillimin e fushatave të marketingut; 3. Të mësojë studentët si të ekzaminojnë sistematikisht tema të ndryshme, të cilat janë të mbështetura në baza të forta teorike;
<p>Kriteri 4. Struktura e programit, lëndët dhe emërtimi i tyre, ngarkesa në kredite, raporti teoripraktikë është në përputhje me profilin e programit master dhe e përafërt me programe të ngjashme ndërkombëtare.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4. Të përgatiten profesionistë në fushën e drejtimit të marketingut, në përzgjedhjen e alternativave të marketimit dhe të mënyrave më të mira për menaxhimin e tyre; 5. Të zhvillojnë aftësinë për të ndërtuar dhe vlerësuar raporte ekonomike dhe marketing; 6. Të njihen dhe të aftësohen në njohjen e sistemit të marketingut në nivel ndërkombëtar; 7. Të përgatitë profesionistë në fushën e kërkimit sasior, cilësor dhe njohjen e modeleve për vlerësimin e tyre; <p>GVJ është e mendimit se jo të gjithë këto objektiva, mbulohen mirëfill nga lëndë që do të bënin arritjen e tyre, si objektivi 6. Në këtë program studimi nuk ofrohet moduli i Marketingut Ndërkombëtar. <i>Përgjegjësi për këtë program studimi duhet të reflektojë ndryshimet në objektiva pasi ato nuk reflektojnë plotësisht fitimin e kompetencave nga modulet e ofruara.</i></p> <p><i>GVJ rekomandon gjithashtu rishikimin e objektivave duke integruar edhe teknologjinë në proceset e marketingut si një nevojë e kohës. Për më tepër në UAMD ofrohen programe të</i></p>




	<p>cilat kombinojnë njohuri të Fakultetit Teknologjisë së Informacionit dhe njohuri nga Fakulteti i Biznesit, MP në Sisteme ERP. Forcimi i bërthamës së lëndëve karakterizuese të MP në Menaxhim Marketing do të rrisnin përputhshmërinë me emërtimin e diplomës që ky program master lëshon. GVJ për ngarkesën në kredite dhe raportin leksion /seminar gjykon se është e përafërt me programe të ngjashme ndërkombëtare.</p> <p><i>Aneks 9: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” para Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 10: Objektivat e Programit Master Profesional “Menaxhim Marketing” pas Riorganizimit.</i></p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 5. 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>Referuar dokumentit raporti leksion/seminar mundëson përforcimin e njohurive teorike dhe aplikimin e tyre nga studentët. Gjithashtu referuar syllabuseve të lëndëve si dhe takimeve me studentë dhe stafin akademik të programit, GVJ konstatoi se studentët përfshihen në detyra, raste studimore.</p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 6. Programet e lëndëve/moduleve përditësohen në mënyrë të vazhdueshme duke u bazuar në literaturë të detyruar dhe ndihmëse të 5 viteve të fundit.</p>	<p>GVJ nga shqyrtimi i dokumentacionit dhe takimet me stafin akademik, drejtues të njësisë kryesore dhe atë bazë si dhe referuar syllabuseve të lëndëve, konstaton se të gjitha, lëndët kanë literaturën e 5 viteve të fundit.</p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p>
<p>Kriteri 7. Përmbajtja e programeve të studimit garanton përfundimin e dijeve, aftësive dhe kompetencave të synuara për programet e studimit të ciklit të dytë.</p>	<p>GVJ është e mendimit që përmbajtja e MP në Menaxhim Marketing garanton përfundimin e dijeve, aftësive dhe kompetencave në fushën e marketingut, por që t’ju shërbejë specifikisht ofrimit të kompetencave dhe aftësive praktike sugjerohet përfshirja e lëndëve të sugjeruara më sipër, kryesisht lëndë që integrojnë teknologjinë dhe marketingun.</p>



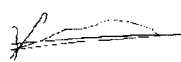

	<p>Lëndë të cilat janë ofruar vite më parë në masterin profesional me të njëjtin emër.</p> <p><i>Aneks 24: Kurrikulat para Riorganizimit të Masterit Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Master Profesional "Menaxhim Marketing"</i></p>			
<p>Kriteri 8. Organizimi i programit të studimit siguron aftësi, kompetenca dhe formim të thelluar profesional.</p>	<p>Departamenti i Marketingut ofron programin e studimit "Menaxhim Marketing" si në Ciklin e Parë Bachelor ashtu edhe në Ciklin e Dytë të studimeve Master Profesional. Të dy këto programe studimi janë konceptuar të ofrohen si një vazhdimësi logjike nga Cikli i Parë në Ciklin e Dytë të studimit. Nisur nga logjika e vazhdimësisë, organizimi i programit të studimit siguron aftësi, kompetenca dhe formim të thelluar personal. Por pavarësisht nga kjo, GVJ gjykon që MP në Menaxhim Marketing duhet të përfshijë lëndë të karakterit praktik të cilat thellojnë njohuritë teorike të marra gjatë ciklit të parë. Po kështu njohuritë praktike shërbëjnë për të zgjeruar gamën e studentëve të cilët nuk vijnë domosdoshërisht nga Fakulteti i Biznesit.</p> <p><i>GVJ gjykon gjithashtu që nxitja e multidisiplinaritetit është një vlerë e shtuar për studentët të cilët duan të kenë sukses në tregun e punës aq më tepër në një fushë si marketingu që evolon çdo ditë.</i></p>			
<p>Kriteri 9. Përbajtja e programeve 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>GVJ sic është shprehur edhe më sipër, rekomandon që programi i studimit në mënyrë që të mundësojë punësimin e studentëve në përshtatje me pritshmëritë e kërkesat e tregut e punës, nëpërmjet komptencave të fituara, të përshtatet në vazhdimësi, për të përfshirë lëndët e sugjeruara më sipër.</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	Përbushet plotësisht	Përbushet kryesisht	Përbushet kryesisht	Përbushet plotësisht
			X	

Standardi II.5

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel: +355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



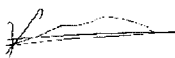

Personeli akademik dhe ndihmës-akademik, që mbulon programin e studimit, përmbush standardet sasiore dhe ka kualifikimin e duhur e të posaçëm akademik dhe profesional për garantimin e standardeve të mësimdhënies në kuadër të programit të studimit.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Personeli akademik me kohë të plotë dhe kohë të pjesshme që angazhohet në realizimin e programit të studimit, përmbushin kërkesat ligjore në fuqi.</p>	<p>Programi i studimit MP në Menaxhim Marketing, ofrohet nga Departamenti i Marketingut në Fakultetin e Biznesit në UAMD. Staf i akademik i aktivizuar në MP është në përputhje me fushën e programit të studimit dhe me eksperiencë relativisht të gjatë akademike.</p>
<p>Kriteri 2. Personeli akademik me kohë të plotë dhe kohë të pjesshme që angazhohet në realizimin e programit të studimit kanë nivelin e duhur të kualifikimit akademik për drejtimin e programit, drejtimin dhe angazhimin në mbulimin e moduleve mësimore të programit të studimit.</p>	<p>GVJ konfirmon se pas shqyrtimit të të dhënave të paraqitura në dokumentin sipas DVV (151 Lista e lendeve dhe lektoreve 16-19 që kanë dhënë mesim në MP MM), dhe dokumentit të kërkuar gjatë vizitës në institucion (3. Tabela me shpërndarjen e lendeve dhe lektoreve v.a. 2019-2020 për Masterin Profesional Menaxhim Marketing), rezulton se numri dhe kualifikimi i stafit të angazhuar në këtë program studimi, në dy vitet akademike është si më poshtë:</p> <p>Për vitin akademik 2018-2019 janë angazhuar 8 pedagogë (5 PAE / 3 PAK):</p>
<p>Kriteri 3. Niveli i kualifikimit dhe fusha akademike-kërkimore e përgjithshme dhe specifike e anëtarëve të personelit akademik që mbulon programin e studimit janë në përputhje me programin e studimit, natyrën dhe specifikën e moduleve të tij.</p>	<p>- 1 Prof.Dr; - 3 Prof.Asoc; - 2 Dr; - 1 Msc;</p> <p>Mbulimi i programit në përqindje është 62.5% PAE.</p> <p>Për vitin akademik 2019-2020 janë angazhuar 9 pedagogë (6 PAE / 3 PAK):</p> <p>-1 Prof.Dr; - 4 Prof.Asoc; - 3 Dr; - 1 Msc;</p> <p>Mbulimi i programit në përqindje është 67% PAE.</p> <p>Për sa i përket ngarkesës së orëve në auditor në mbulimin e moduleve të programit për vitin 2019-2020 referuar</p>

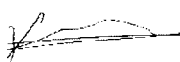
Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




	<p>dokumentit, (3. Tabela me shperndarjen e lendeve dhe lektoreve v.a. 2019-2020 per Masterin Profesional Menaxhim Marketing) rezulton se stafi efektiv mbulon 444 orë ndërsa stafi me kontratë 201 orë.</p> <p>Mbulimi i ngarkesës në përqindje është 68.8 % nga PAE.</p> <p><u>Si konkluzion</u> personeli akademik efektiv (PAE) i angazhuar në programin e studimit përbën rreth 67% të personelit në total, ndërsa ngarkesa mësimore e realizuar nga personeli akademik efektiv është në masën 68.8%.</p> <p>Ashtu si është përmendur dhe më sipër, GVJ vëren një mospërputhje midis informacionit të ofruar nga syllabuset e lëndëve dhe pedagogëve të angazhuar në mësimdhënie. Më konkretisht lëndët: Drejtim Projekti, Kërkim Marketing dhe Komunikim i Integruar Marketing <i>Aneks 63. Lista e lëndëve dhe lektorëve 2016-2019.pdf</i>. Stafi i angazhuar në këto tre lëndë mban titullin Master Shkencor. <u>Ndërkohë që në ligjin 80/2015, neni 59 pika 6, Personeli akademik, që angazhohet në mësimdhënie, duhet të ketë së paku kualifikim të ciklit pasardhës.</u></p> <p><i>Aneks 63. Lista e lëndëve dhe lektorëve 2016-2019.</i></p> <p><i>Aneks 82. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>3. Tabela me shperndarjen e lendeve dhe lektoreve v.a. 2019-2020 per Masterin Profesional Menaxhim Marketing</i></p>
<p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë, 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 udhëzimin, udhëheqjen dhe mbikëqyrjen e studentëve në praktikën profesionale, punimin e diplomës dhe veprimtari të tjera specifike sipas natyrës së programit të studimit.</p>	<p>IAL angazhon personelin e duhur për udhëzimin dhe udhëheqjen e praktikës profesionale dhe temës së diplomës. Nga takimi i GVJ me përfaqësues të zyrës së Alumni u pohua se një pedagog është përgjegjës për mentorimin e 20 studentëve. Në dokumentacionin e paraqitur nga insticioni përshkruhen me hollësi procedurat e zhvillimit të praktikës si dhe udhëzimet për punimin e diplomës.</p>



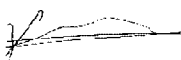

<p>Kriteri 5. Institucioni i arsimit të lartë siguron dhe garanton angazhimin e personelit ndihmësimor-shkencor të përshtatshëm për realizimin e orëve laboratorike dhe për mirëmbajtjen e laboratorëve e mjediseve të tjera mësimore, sipas natyrës specifike të programit të studimit.</p>	<p>Në këtë program studimi nuk zhvillohen orë laboratorike.</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>			<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>
			<p>X</p>	

<p>Standardi II.6 Institucioni i arsimit të lartë inkurajon përfshirjen e studentëve dhe partnerëve në përmirësimin e vazhdueshëm të programeve të studimit dhe realizimin me sukses të tyre.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>
<p>Kriteri 1. Për përmirësimin e përmbajtjes së programeve të studimit dhe për përshtatjen sa më mirë me kërkesat e tregut e punës, strukturat përgjegjëse konsultohen dhe marrin parasysh propozimet e bashkëpunëtorëve dhe partnerëve nga tregu i punës.</p>	<p>Nga shqyrtimi i RVB, UAMD dhe më konkretisht departamenti përgjegjës për programin e studimit, ka analizuar nevojat e tregut të punës në bashkëpunim me biznesin si dhe sektorin publik për të përshtatur programin e studimit. Nga shqyrtimi i dokumentacionit nga GVJ, shihen edhe mendimet e biznesit dhe studentëve në përfshirjen e lëndëve të caktuara në program. Institucioni ka zhvilluar një studim tregu për evidentimin e nevojave të biznesit por <i>GVJ gjykon që duhet të detajohet metodologjia për identifikimin e kompetencave.</i></p> <p><i>Aneks 13. Kërkesë nga studentët për futjen e lëndëve të reja në kurrikulën e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”</i></p> <p><i>Aneks 14. Sugjerim nga një biznes për riorganizimin e programit Master Profesional Menaxhim Marketing.</i></p> <p><i>Aneks 16. Studimi i tregut në lidhje me Masterin Profesional Menaxhim Marketing.</i></p>
<p>Kriteri 2. Institucioni inkurajon dhe përfshin në diskutime, në kuadër të</p>	<p>UAMD, nëpërmjet pyetësorëve të studentëve, synon të sigurojë informacion për efektivitetin dhe mbarëvajtjen e</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>përmirësimin të programit të studimit, edhe studentët dhe strukturat e tyre. Propozimet diskutohen dhe reflektohen nëse ato janë në funksion të përmirësimin të programit të studimit.</p>	<p>studimeve të tyre. Referuar takimit me studentët, me stafin akademik si dhe me drejtuesit, këto pyetësorë drejtohen për stafin akademik të përfshirë në programin e studimit. Në pyetësor është përfshirë dhe një pyetje që lidhet direkt me lëndë specifike dhe sugjerime për përmirësime të mëtejshme.</p> <p><i>Aneks 85. Pyetësor për studentët e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 86. Miratim kërkesë për riorganizimin e programit të studimit Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 87. Memo për kërkesë për riorganizim të programit të studimit Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 88. Relacion rreth riorganizimit të programit të studimit Master Profesional “Master Marketing”.</i></p>			
<p>Kriteri 3. Institucioni mban kontakte dhe konsultohet në mënyrë të vazhdueshme me studentët e diplomuar dhe merr prej tyre propozime për përmirësimin e programeve të studimit.</p>	<p>Pranë UAMD, është ngritur Zyra e Këshillimit të Karrierës, GVJ konstatoi që institucioni nëpërmjet Zyrës së Këshillimit të Karrierës ka krijuar rrjetin alumni, i cili mban kontakte të vazhdueshme me ish -studentët e programit dhe të fakultetit, për të siguruar prej tyre informacion në lidhje me punësimin por edhe përmirësimin e programit të studimit.</p>			
<p>Kriteri 4. Në bashkëpunim me institucionet publike e private, njësitë e pushtetit vendor etj., institucioni përditëson, përshtat dhe riorganizon programe të posaçme në përputhje me kërkesa dhe nevoja specifike lokale dhe zhvillimi.</p>	<p>GVJ gjatë vizitës në institucion siguroi informacion për institucionet me të cilat UAMD ka bashkëpunim dhe marrëveshje, dhe konstatoi përditësime të programit të studimit, të sugjeruara nga ky bashkëpunim. Nga këto takime u përmend masteri profesional në sisteme ERP i cili është krijuar në bashkëpunim të ngushtë me biznesin.</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>X</p>

<p>Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës II</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>X</p>
---	------------------------------	-----------------------------	------------------------------	----------

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




III. MËSIMDHËNIA, MËSIMNXËNIA, VLERËSIMI DHE KOMPETENCAT

Standardi III.1	
Institucionin 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 i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Institucioni i arsimit të lartë 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>Nga takimet e realizuara në Fakultetin e Biznesit pranë UAMD, si dhe nga shqyrtimi i dokumentacionit në sistemin e informacionit të ASCAL, rezulton se ky institucioni përkrah aplikimin e metodave inovative të mësimdhënies dhe përdorimin e teknologjisë së informacionit në të gjitha njësitë kryesore dhe bazë. Që në momentin e aplikimit stafit të ri i kërkohet të shprehi në formularin e aplikimit idetë e tij në lidhje me mësimdhënien. Gjithashtu çdo fillim viti akademik pedagogët e departamentit paraqesin një listë me aktivitete lidhur me përdorimin e metodave të reja të mësimdhënies dhe mësimnxënies sipas lëndëve.</p> <p><i>(Aneks_89_Model formulary për aplikim për staf të ri)</i></p> <p><i>(Aneks_90_Lista e aktiviteteve të Departamentit Marketing),</i></p> <p><i>(Aneks_91_Foto nga stafi akademik organizator i konferencës dhe nga video-konferenca)</i></p>
<p>Kriteri 2. Strukturat përgjegjëse zhvillojnë mekanizma të monitorimit dhe vlerësojnë në mënyrë periodike aftësitë mësimdhënëse dhe inovative të personelit akademik dhe ndihmës akademik.</p>	<p>GVJ konstatoi se njësia kryesore, njësia bazë dhe Drejtoria e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë, zhvillojnë mekanizma monitorimi me qëllim vlerësimin periodik dhe të vazhdueshëm të aftësive mësimdhënëse, duke përcaktuar edhe objektivat për të ardhmen. Këto mekanizma fokusohen kryesisht në analizimin e kalendarit të aktiviteteve nga departamenti, pyetësorët për studentët që organizohen nga NJSBC dhe njësia kryesore lidhur me vlerësimin e orës së mësimi të stafit akademik</p> <p><i>(Aneks_92_Model pyetësori për vlerësimin e stafit akademik)</i></p> <p><i>(Aneks_93_Analiza e rezultateve të anketimit për studentët, stafin akademik dhe administrative nga Drejtoria e Kurrikulës dhe standardeve të Cilësisë)</i></p> <p><i>(Aneks_94_Formular i vetvlerësimit të performancës model)</i></p> <p><i>(Aneks_95_Pyetësor online për studentët nga njësia kryesore për</i></p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




	<i>vlerësimin e stafit administrative dhe akademik)</i>			
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.	Nga informacioni i siguruar gjatë vizitës në institucion, rezultoi se studentët para përfundimit të çdo semestri përfshihen në sondazhet për vlerësimin e cilësisë së mësimdhënies. Drejtuesit e njesisë kryesore dhe asaj bazë angazhohen për trajtimin e ankimimeve, nëpërmjet metodave të cilat janë të sanksionuara në rregulloren e provimeve, ku përcaktohet mënyra e administrimit dhe e transparencës në vlerësimin e dijeve. <i>(Evidenca_83_Formular i vlerësimit të lektorëve nga studentët-final Clean Score Maj 2018.)</i>			
Kriteri 4. Strukturat përgjegjëse për monitorimin dhe sigurimin e cilësisë në mësimdhënie bëjnë publike rezultatet e vlerësimit.	Drejtoria e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë si njësi përgjegjëse për monitorimin dhe sigurimin e cilësisë pasi realizon sondazhet e studentëve, rezultatet i dërgohen përgjegjësit të departamentit dhe dekanit si dhe u bëhen publike edhe lektorëve. <i>(Aneks_96_Raport vlerësimi për stafin akademik nga studentët)</i> <i>(Aneks_97_Tabela e vlerësimit të stafit akademik nga rektorati)</i> <i>(Aneks_98_Memo-Përgjigje Rektoratit në lidhje me vlerësimin e stafit akademik të Departamentit Marketing 2017-2018)</i>			
Kriteri 5. Institucioni, nëpërmjet mekanizmave të vlerësimit dhe rezultateve të marra, promovon shembuj të praktikave të mira, nxit dhe inkurajon personelin akademik për përmirësimin e mëtejshëm të mësimdhënies.	Nga takimet e realizuara gjatë vizitës në institucion rezultoi se Departamenti i Marketingut si një Njësi Bazë i institucionit ka organizuar leksione të hapura me studentët e Masterit Profesional Menaxhim Marketing me pjesëmarrjen e stafit akademik dhe të ftuar specialistë të suksesshëm të fushës kombtare dhe ndërkombëtare. Institucioni gjithashtu nxit rritjen dhe përmirësimin e mëtejshëm të mësimdhënies Erasmus ⁺ Staff Mobility. <i>(Aneks_23_Analiza vjetore e Departamentit Marketing 2017-2018)</i> <i>(Aneks_99_Erasmus-Institucion Agreement 2014-2021 and 2015-2021 for mobility for learners and staf)</i>			
Shkalla e përmbushjes së standardit			Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi III.2

Institucioni garanton zhvillimin e mësimdhënies, mësimnxënies dhe aftësimin profesional e shkencor me metodat dhe praktikat më të mira.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Format e mësimdhënies, mësimnxënies dhe transmetimit të dijeve e njohurive janë: leksionet, seminarët, punët laboratorike, detyrat e kursit/ esetë, projektet, praktikat profesionale e klinike, orët e hapura dhe çdo formë tjetër e miratuar nga institucioni.</p>	<p>Referuar rregullores së programit të studimit Master Profesional në Menaxhim Marketing si dhe takimeve me stafin dhe studentët të masterit, u konstatua se në këtë cikël studimesh përdoren forma alternative si leksione,seminare, detyra kursi, projekte individuale, dhe/ose në grup, provime të ndërmjetme dhe përfunimtare, praktikë profesionale të zhvilluara në labororet e UAMD-së dhe/ose në institucione dhe kompani me të cilat ka marrëveshje bashkëpunimi UAMD si dhe tema e diplomës. GVJ konstatoi, se ka përputhshmëri mes specifikimeve të rregullores dhe përcaktimeve të këtyre formave në syllabus dhe në aplikim. Programi i studimit Master Profesional në Menaxhim Marketingu ofrohet i vlerësuar me kredite në përputhje me Sistemin Europian të Transferimit të Krediteve (ECTS) dhe sistemit Amerikan (U_SC_R), ku, orët/kreditet e këtij cikli studimesh janë:</p> <p>495 orë Orë në auditor;</p> <p>605 orë Përgatitja e studentit;</p> <p>400 orë Orë jashtë auditorit;</p> <p>1500 orë-60 kredite Totali;</p> <p>Praktikë profesionale: 6 kredite</p> <p>Detyrime përmbyllëse-Mikroteza: 10 kredite</p> <p><i>(Evidenca 10 Rregullore e Masterit Profesional “Manaxhim Marketing”)</i></p> <p><i>(Aneks 25 Kurrikula e Riorganizimit të Masterit Profesional “Manaxhim Marketing”)</i></p>
<p>Kriteri 2. Personeli akademik pranon, duhet të respektojë dhe t’i përgjigjet diversitetit dhe nevojave të studentëve, duke ofruar forma, mënyra, metoda e</p>	<p>Bazuar në informacionet e grumbulluara në takimet me studentët dhe stafin akademik të programit të studimit Master Profesional në Menaxhim Marketing, rezultoi se, stafi akademik i përgjigjet diversitetit dhe nevojave të studentëve, duke përshtatur dhe ofruar mundësi dhe forma</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>mundësi alternative të mësimdhënies e mësimnxënies, në përputhje me fushën dhe natyrën e programit të studimit në përgjithësi dhe moduleve e aktiviteteve formuese në veçanti, reagimet e studentëve dhe është i hapur për të përmirësuar mësimdhënien e tij.</p>	<p>alternative të mësimdhënies, mësimnxënies dhe të kontrollit të dijes. Nga bashkëbisedimi me studentët u konstatua se përveç leksioneve, gjatë seminareve krahas kontrollit të njohurive nëpërmjet pyetjeve/përgjigjeve dhe diskutimeve, aplikohen edhe raste studimore e detyrat individuale me studentët.</p> <p><i>(Aneks_11_Rregullore e Masterit Profesional “Manaxhim Marketing”)</i></p> <p><i>(Aneks_48_Rregullore e Fakultetit të Biznesit)</i></p>
<p>Kriteri 3. Institucioni mbështet personelin e tij akademik në përmirësimin e kompetencave didaktike. Institucioni duhet të mundësojë përdorimin e metodave të shumëllojshme dhe fleksible pedagogjike, të përshtatshme e në përputhje me rezultatet e pritshme të të nxënit, objektivat formues dhe kërkesat e punëdhënësve.</p>	<p>Nga vizita në institucion rezultoi se Fakulteti i Biznesit në UAMD, me synimin e përmirësimit të kompetencave didaktike, të metodologjive të mësimdhënies, ka investuar në teknologji si dhe ka zhvilluar leksione të hapura apo trajnime për stafin akademik. Në funksion të kësaj, institucioni ka pajisur sallat ku zhvillohet mësimi me infrastrukturën e përshtatshme si internet, vidioprojektorë etj., si dhe herë pas here nëpërmjet Qendrës së Edukimit zhvillon trajnime për stafin akademik me gradën master.</p> <p><i>(Aneks_101_Foto të laboratorëve)</i></p>
<p>Kriteri 4. Personeli akademik i angazhuar në mësimdhënie është kompetent në shpjegimin e njohurive dhe koncepteve, përdor metoda të ndryshme të mësimdhënies sipas tematikave dhe profilit.</p>	<p>Nga informacioni i siguruar nga studentët, gjatë vizitës në institucion si dhe referuar CV, fushave të ekspertizës dhe, eksperiencës së stafit, rezulton se stafi akademik është kompetent në shpjegimin e koncepteve dhe transmetimin e njohurive, nëpërmjet përdorimit të metodave të ndryshme të mësimdhënies sipas tematikave dhe profilit përkatës. Stafi akademik Departamentit të Marketingut i angazhuar në mësimdhënie në këtë program studimi, plotëson kriteret ligjore të kualifikimit. Personeli akademik përdor me kompetencë pajisjet në dispozicion të mësimdhënies si dhe ka punuar mjaft në pajisjen e studentëve me tekste dhe cikël leksionesh.</p> <p><i>(Aneks_102_Stafi akademik i Departamentit të Marketingut)</i></p> <p><i>(Aneks_43_Të dhëna të detajuara të stafit të Departamentit të Marketingut)</i></p> <p><i>(Aneks_42_Lektorët me fusha specifike)</i></p>
<p>Kriteri 5. Institucioni vlerëson dhe përmirëson format e metodat</p>	<p>Institucioni periodikisht vlerëson format dhe metodat e</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>e mësimdhënies në mënyrë periodike, duke përfshirë studentët në këtë proces dhe duke reflektuar mendimet e sugjerimet e tyre.</p>	<p>mësimdhënies, me qëllim përmirësimin e këtyre metodave në funksion të rritjes së cilësisë së mësimdhënies. Njësia kryesore organizon me stafin mësimdhënës orë mësimore ku demonstrohen metoda të ndryshme të mësimdhënies.</p> <p>Njësia bazë që mbulon masterin profesional “Manaxhim Marketing” organizon orë mësimore të hapura ku shkëmbehen eksperiencat midis pedagogëve si dhe me praninë e specialistëve të fushës së marketingut. Në funksion të përmirësimit të formave dhe metodave të mësimdhënies përdoren edhe rezultatet e marra nga pyetësorët e studentëve.</p> <p><i>(Aneks_84_Formular i vlerësimit të lektorëve nga studentët-final Clean Score Maj 2018.pdf)</i></p>
<p>Kriteri 6. Personeli akademik përdor metoda interaktive dhe diskutimi duke i bërë tërheqëse orët e mësimimit.</p>	<p>Për ti bërë orët e mësimimit më tërheqëse dhe më konkrete stafi akademik i brendshëm dhe i jashtëm i Departamentit të Marketingut i angazhuar në mësimdhënie në këtë program studimi, përdor metoda interaktive dhe diskutimi me studentët si dhe ndërthurjen e teorisë me praktikën, nëpërmjet vizitave të studentëve në biznese të ndryshme, për ti bërë më të kapshme çështjet që lidhen me marketingun.</p> <p><i>(Aneks_11_Rregullore e Masterit Profesional “Manaxhim Marketing”)</i></p> <p><i>(Aneks_48_Rregullore e Fakultetit të Biznesit)</i></p>
<p>Kriteri 7. Format dhe metodat e mësimdhënies inkurajojnë sensin e autonomisë të studentit, duke siguruar në të njëjtën kohë udhëzimin dhe mbështetjen nga mësimdhënësi dhe ndërtimin e marrëdhënieve të respektit të ndërsjelltë mes tyre.</p>	<p>Nga informacioni i siguruar në takimin me studentët e masterit profesional “Manaxhim Marketing” u konstatua se metodat e mësimdhënies të përdorura nga mësimdhënësit pranë Departamentit të Marketingut inkurajojnë autonomi tek studentët dhe sigurojnë marrëdhënie respekti të ndërsjelltë. Studentët inkurajohen të ndërmarrin iniciativë në përzgjedhjen e artikujve, rasteve studimore, në organizimin dhe prezantimin e detyrave të kursit etj. Bashkëpunimi midis studentëve dhe pedagogëve realizohet si gjatë orëve të procesit mësimor ashtu edhe në orët e konsultimeve, të cilat shpallen çdo fillim semestri dhe afishohen në derën e çdo lektori.</p> <p><i>(Aneks_103_Foto e afishimit të emrit të lektorit orës dhe ditës së</i></p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



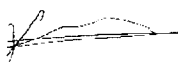

	<i>konsultimit)</i>		
Shkalla e përmbushjes së standardit			Përmbushet kryesisht
			Përmbushet plotësisht
			X

Standardi III.3	
Njësitë përgjegjëse garantojnë zhvillimin e mësimdhënies, mësimnxënies dhe aftësimin profesional, duke vënë në dispozicion të gjithë infrastrukturën fizike, didaktike e logjistike e nevojshme për realizimin me sukses të aktivitetit mësimor e shkencor.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1. Procesi mësimor e shkencor, realizohet në hapësira të mjaftueshme dhe cilësore, të cilat janë të pastra dhe mirëmbahen rregullisht.	GVJ gjatë vizitës në institucion, konstatoi se sallat e leksioneve/ seminareve dhe laboratorëve, janë të mjaftueshme. Referuar RVB dhe vizitës në institucion, rezulton se godina ku zhvillon mësimin Masteri Profesional në Menaxhim Marketing, (Godina 2, Kampus, Spitalë, Durrës) permban 15 auditore për leksione dhe seminare, dy laboratore, për zhvillimin e lëndëve të tilla si: informatik, statistika, kontabiliteti, metodat e kërkimit shkencor, etj., një sallë konferencash, katër salla mbledhjesh, 43 zyra dhe një bibliotekë. Gjithashtu në dispozicion të studentëve të masterit ka edhe një bibliotekë në Godinën 1 të kampusit. Këto mjedise rezultojnë në standardet normale të mirëmbajtjes dhe kushteve higjieno-sanitare. <i>(Aneks_104_Kapacitetet_infrastrukturore_të_Godinës_Nr.2, Kampus)</i>
Kriteri 2. Ambientet e dedikuara për procesin mësimor janë funksionale dhe të pajisura me logjistikën e nevojshme për realizimin me cilësi të procesit mësimor dhe praktikave.	Referuar RVB dhe vizitës në institucion, rezulton se sallat në dispozicion të procesit mësimor të Masterit Profesional në Menaxhim Marketing, disponojnë infrastrukturë dhe logjistikë të pranueshme dhe të nevojshme, poste ulje, tavolina, pod lekturimi, lidhje interneti, kompjutera, videoprojektor etj. Në të gjitha mjediset e punës funksionon sistemi i ajrit të kondicionuar ngrohje-ftohje. Gjithashtu mjediset ku zhvillohet procesi mësimor plotësojnë të gjitha kriteret teknike si dhe normativën e sipërfaqes së shfrytëzueshme, sipas VKM. Nr.418, datë 10.05.2017.

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

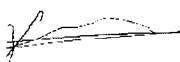
E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




	<p><i>(Aneks_104_Kapacitetet infrastrukurore të Godinës Nr. 2, Kampus)</i></p> <p><i>(Aneks_105 Foto të auditorëve, bibliotekës, salla të konferencave, laboratorëve etj.)</i></p>
<p>Kriteri 3. Personeli akademik dhe studentët shfrytëzojnë sisteme të ndryshme informatike, infrastrukturë të konsoliduar IT të nevojshme për realizimin e procesin mësimor.</p>	<p>Referuar RVB, dhe informacionit të siguruar në institucion, personeli akademik dhe studentët e të gjitha cikleve, përfshirë edhe studentët e këtij program studimi kanë në dispozicion të procesit mësimor dy salla kompjuterash dhe sillen e konferencave të pajisura me softwere specifike që ndihmojnë studentët në realizimin e punës së tyre të pavarur në mbrojtjen e praktikave mësimore dhe të diplomës.</p>
<p>Kriteri 4. Literatura bazë dhe ndihmëse e vënë në dispozicion të studentëve në gjuhën e programit të studimit (fizike dhe elektronike) garanton marrjen e dijeve dhe njohurive të nevojshme, të parashikuara në programin e studimit.</p>	<p>GVJ nga takimet me stafin akademik, drejtues të njësisë kryesore dhe atë bazë si dhe referuar syllabuseve të lëndëve, konstaton se për çdo lëndë të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing” literatura bazë ofrohet në gjuhën shqipe dhe përfshin tekste mësimore, cikle leksionesh, leksione në ppt etj. Një pjesë të literaturës studentët e gjejnë fizikisht në librari dhe në bibliotekën e fakultetit, ndërsa leksionet në ppt i dërgohen studentëve në një adresë elektronike.</p> <p><i>(Aneks_77_Lista me literaturën e miratuar në departament.)</i></p>
<p>Kriteri 5. Biblioteka e institucionit garanton numër të mjaftueshëm botimesh të viteve të fundit në drejtimet kryesore të programit të studimit dhe hapësira të mjaftueshme dhe komode për përdorim nga studentët gjatë procesit mësimor.</p>	<p>Referuar vizitës në institucion, GVJ është i mendimit se biblioteka e institucionit disponon mjaftueshëm fonde në gjuhën shqipe dhe të huaj dhe pasurohet vazhdimisht duke reflektuar ndryshimet cilësore të programit të studimit. Mjediset e bibliotekave kanë hapësira të mjaftueshme dhe komode për përdorim nga studentët dhe janë në dispozicion të tyre jo vetëm në ditët e javës por edhe në fundjavë.</p>
<p>Kriteri 6. Në funksion të mësimdhënies dhe mësimnxënies, personeli akademik dhe studentët aksesojnë libraritë on-line të fushave të ngjashme ose të përafërta me programin e studimit.</p>	<p>GVJ gjatë vizitës në institucion, konstatoi se në funksion të cilësisë së mësimdhënies dhe mësimnxënies personeli akademik dhe studentët mund të aksesojnë libraritë COBISS dhe EBSCO nga zyrat e tyre si dhe nga mjediset e bibliotekës. Nga takimi me studentët konstatohet se studentët mund t'i shfrytëzojnë këto mjedise, në shërbim të detyrave të kursit, temës së diplomës etj.</p>

<p>Kriteri 7. Infrastruktura laboratorike e nevojshme për realizimin e laboratorëve, detyrave të kursit, diplomave dhe studimeve specifike, shfrytëzohet në mënyrë të vazhdueshme nga studentët.</p>	<p>Nga informacioni i siguruar nga vizita në institucion, studentët e programit Master Profesional Menaxhim Marketing, ofruar nga Departamenti i Marketingut, pranë FB, UAMD si dhe stafi akademik, kanë mundësinë që të aksesojnë dokumentacionin elektronik, të doënlodojnë leksionet etj.</p>
<p>Kriteri 8. Në funksion të mësimdhënies, personelin akademik përdor platforma on-line (elearning) dhe mbështet e nxit personelin akademik e studentët për përdorimin e tyre.</p>	<p>Në UAMD, në disa departamente, po aplikohet platforma on-line MOODLE, e cila ofron mundësinë e komunikimit interaktiv mes përdoruesve, stafit akademik, studentëve të programit, por edhe stafit administrativ. Institucioni po shikon mundësinë për ta shtrirë këtë platformë edhe në Departamentin e Marketingut në të gjitha ciklet e studimit.</p> <p><i>(Aneks_106_Moodle).</i></p>
<p>Kriteri 9. Personeli akademik dhe studentët shfrytëzojnë sistemet e komunikimit të brendshëm për akses në dokumentacionin elektronik dhe hapësirë vetjake të dedikuar.</p>	<p>Personeli akademik dhe studentët e UAMD-së, përdorin sistemin on-line AULA. Studentët e përdorin këtë sistem, për të marrë informacion mbi vlerësimin në provime, regjistrimin e kurseve dhe orarin e mësimi. Personeli akademik përdor platformën G-suitë në Google për të aksesuar postën elektronike (e-mail) me domain @uamd.edu.al.</p>
<p>Kriteri 10. Personeli akademik orienton studentët në përzgjedhjen e temave të diplomave, asiston dhe mbështet në zhvillimin e tyre.</p>	<p>Nga informacioni i siguruar gjatë takimit me stafin akademik, studentët si dhe dokumentacioni i depozituar në sistemin e ASCAL, personeli akademik i Departamenti të Marketingut, orienton studentët e Masterit profesional, Menaxhim Marketing, për përzgjedhjen e temës së diplomës sipas fushave të kërkimit që mbulon departamenti, të përcaktuara që në fillim të semestrit të parë të vitit akademik. Studentët paraqesin kërkesat e tyre për lektorin që dëshiron për udhëheqës gjatë zhvillimit të temës së diplomës. Pas përzgjedhjes pedagogu udhëheqës përgatit programin e punës së studentit me afate të përafërta të realizimit të tij. Studenti duhet të respektojë afatet për të bërë të mundur realizimin me sukses të diplomës. Pedagogu udhëheqës gjatë gjithë kohës asiston në zhvillimin e temës duke komunikuar në forma të ndryshme me studentin. Në fund pasi e rishikon punimin ai jep miratimin për mbrojtjen në e temës së diplomës duke e nënshkruar atë.</p>



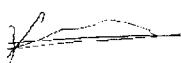

	<p>(Aneks_11_Rregullore e Masterit Profesional "Manaxhim Marketing")</p> <p>(Aneks_107_E-mail për kontakte mbi temën e diplomës, shembull)</p> <p>(Aneks_108_Lista e udhëheqësve master professional dhe e-mail informimi)</p> <p>(Aneks_109_E-mail kërkesë nga studentët për udhëheqje diplome)</p> <p>(Aneks_110_Rregullore e diplomimi)</p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit			Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi III.4	
Institucioni ngre struktura të posaçme në nivel institucional, të cilat promovojnë rritjen e vetëdijes për përmirësimin e cilësisë së mësimdhënies dhe mësimnxënies në programet e studimit.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. 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.</p>	<p>Referuar RVB-së dhe nga kontaktet e realizuara gjatë vizitës në institucion GVJ konstaton se, në nivel institucional UAMD ka ngritur struktura të posaçme që promovojnë përmirësimin e vazhdueshëm të cilësisë së mësimdhënies. Sipas statutit dhe rregulloreve përkatëse, të miratuara nga Senati i UAMD-së, në institucion funksionojnë struktura të tilla si: Drejtoria e Auditimit të Brendshëm, Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Drejtoria e Projekteve dhe Marëdhënieve me jashtë, Drejtoria e Administrimit dhe Shërbimeve, Drejtoria e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë, Qendra për kërkim dhe Ekselencë dhe Qendra e Trashëgimisë Kulturore Mesjetare. Veprimtaria e këtyre strukturave bashkërendohet dhe koordinohet me njësitë kryesore dhe ato bazë për përmirësimin e cilësisë së mësimdhënies.</p> <p>(Aneks_5_Statuti i UAMD-së)</p> <p>(Aneks_111_Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë)</p>
<p>Kriteri 2. Njësia kryesore/bazë është përgjegjëse për cilësinë e</p>	<p>Përcaktuar edhe nga Ligji i Arsimit të Lartë, Departamenti që ofronte programin e studimit ishte përgjegjës për gjithë</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>mësimdhënies dhe rritjes së vetëdijes te personeli akademik dhe studentët për cilësinë në programet e studimit që ofron.</p> <p>Kriteri 3. Strukturat dhe njësitë përgjegjëse mbështesin eksperimentimin dhe zhvillimin e metodave të reja inovative të mësimdhënies.</p>	<p>cilësinë e procesit të mësimdhënies dhe të të nxëniet që ai ofronte. Gjatë vizitës në institucion, GVJ është informuar mbi procedurën e ndjekur nga Dekanati i FB dhe Departamenti përgjegjës i programit të studimit mbi shkallën e performancës të programit të studimit, përmes përfshirjes së studentëve me anë të një pyetëso. Të dhënat e vlerësimit diskutohen më pas me secilin personel akademik si dhe në analizat vjetore ku bëhet vlerësimi i cilësisë së mësimdhënies dhe kërkimit shkencor. Këto procedura synojnë rritjen e vetëdijes së personelit akademik dhe studentëve për cilësinë e programit të studimit që ofron. Departamenti zhvillon leksione të hapura me ekspertë të fushës së Marketingut apo personalitete të fushës në Shqipëri si dhe nga universitete jashtë Shqipërisë. Këto veprimtari, të ndërmarra si nga njësia kryesore apo ajo bazë, i shërbejnë rritjes së vetdijes tek personeli akademik dhe studentët për cilësinë e mësimdhënies në programet e studimit.</p>
<p>Kriteri 4. Personeli akademik dhe ai mbështetës kualifikohen në mënyrë të vazhdueshme në fushën e kërkimit shkencor për të ndihmuar përmirësimin e mëtejshëm të mësimdhënies.</p>	<p>GVJ, gjatë vizitës në institucion konstatoi se personeli akademik, ka rritje kualifikuese nga viti në vit ku vërehet shtimi i pedagogëve me tituj dhe grada. Stafi i Departamentit të Marketingut është i organizuar në dy grupe: kërkimore shkencore dhe mesimore. Numri i artikujve të botuar në revista kombëtare dhe ndërkombëtare si dhe pjesëmarrja në konferenca të organizuara brenda dhe jashtë vendit flasin për përpjekje të vazhdueshme në drejtim të kërkimit shkencor në ndihmë të përmirësimit të mësimdhënies nga stafi akademik i departamentit.</p> <p><i>(Aneks_102_Stafi akademik i Departamentit të Marketingut)</i> <i>(Aneks_112_Konferenca dhe botime shkencore të Departamentit të Marketingut 2018-2019)</i></p>
<p>Kriteri 5. Strukturat dhe njësitë përgjegjëse trajtojnë vazhdimisht personelin akademik për përmirësimin e aftësive të mësimdhënies dhe implementimit të metodave të reja.</p> <p>Kriteri 6. Personeli akademik</p>	<p>Nga RVB, nga kontaktet me drejtuesit e njësisë kryesore dhe asaj bazë si dhe me stafin akademik, u konstatua se këto njesë trajtojnë vazhdisht personelin akademik, për përmirësimin e mësimdhënies dhe imlementimin e metodave të reja. Kështu, personeli me gradën Msc merr trajnime nga Qendra e Edukimit në Vazhdim, ndërsa pjesa tjetër e stafit trajnohet nëpërmjet aktiviteteve vjetore të planifikuara në fillim të vitit nga njësia bazë. Si formë trajnime shërbejnë</p>




<p>dhe personeli ndihmës akademik janë përgjegjës për zbatimin e programeve të studimit dhe angazhohen për përmirësimin e mësimdhënies dhe implementimin e metodave të reja.</p> <p>Kriteri 7. Personeli akademik dhe personeli ndihmës akademik testojnë metoda të reja në mësimdhënie, analizojnë efektet e pritshmëritë dhe raportojnë në mënyrë periodike për rezultatet në strukturat dhe njësitë përgjegjëse.</p>	<p>edhe referimet e lektorëve këmbëtarë dhe ndërkombëtarë në konferencën ISCOIM që zhvillon Departamenti, ku trajtohen çështje të marketingut me metoda dhe metodologji të ndryshme. GVJ gjatë vizitës në institucion konstatoi se personeli ndihmës akademik, është i angazhuar në realizimin e detyrave në funksion të zbatimit të programit të studimit Master Profesional në Menaxhim Marketing si dhe për përmirësimin e mësimdhënies dhe implementimin e metodave të reja, gjë që reflektohet gjatë transmetimit të njohurive tek studentët sipas moduleve.</p> <p><i>(Aneks_112_Conference Programme ISCOIM 2018)</i></p>			
<p>Kriteri 8. Institucioni në kuadër të bashkëpunimeve dhe përfshirjes së partnerëve në procesin mësimor angazhon në faza të ndryshme të programit të studimit lektorë dhe kërkues shkencorë për shkëmbim të ideve dhe metodave të mësimdhënies dhe kërkimit shkencor.</p>	<p>GVJ konstatoi gjatë vizitës në institucion se UAMD, angazhon në procesin mësimor si lektorë të ftuar apo kërkues shkencorë nga vendi dhe vende të ndryshme të rajonit dhe Europës. Gjithashtu një pjesë e stafit akademik të Departamentit të Marketingut, angazhuar në mësimdhënie në Programin e Studimit Master Profesional në Manaxhim Marketing, ka qenë për trajnim apo i angazhuar në mësimdhënie jashtë vendit.</p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>X</p>

<p>Standardi III.5</p>	
<p>Institucioni harton rregullore dhe procedura të posaçme të testimit e vlerësimit të njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale dhe garanton zbatimin e tyre.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>
<p>Kriteri 1. Kriteret dhe mënyra e testimit e vlerësimit të njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale përcaktohen në</p>	<p>GVJ konstatoi në dokumentacionin e depozituar nga institucioni, se mënyra e testimit dhe e vlerësimit të njohurive, përcaktohen në rregullore të posaçme siç janë rregullorja e UAMD-së, rregullorja e Fakultetit të Biznesit,</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>rregullore të posaçme, bëhen publike dhe njihen nga studentët.</p>	<p>rregullorja e Departamentit, për Programin e Masterit Profesional si dhe rregullorja e provimeve FB. Kontrolli i dijes për studentët e Masterit Profesional Menaxhim Marketing, realizohet nëpërmjet vlerësimit me pikë e: provimit të ndërmjetëm, detyrave të kursit dhe provimit përfundimtar, shuma e cilëve konvertohet në notë sipas formulës së përcaktuar me vendim të senatit Akademik.</p> <p><i>(Aneks_12_Rregullore e UAMD-së)</i></p> <p><i>(Aneks_48_Rregullore e Fakultetit të Biznesit)</i></p> <p><i>(Aneks_11_Rregullore e Masterit Profesional “Manaxhim Marketing”)</i></p> <p><i>(Aneks_114_Rregullore e Provimeve të Fakultetit të Biznesit)</i></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>GVJ konstatoi nga takimi me studentët dhe stafin akademik se ata informohen nga stafi akademik në fillim të semestrit për, programin e lëndës, format alternative të vlerësimit, dhe detyrimet që studentët kanë, informacione që studentët mund ti gjejnë edhe në syllabuset e lëndëve.</p> <p><i>(Aneks_115_Syllabus për model)</i></p>											
<p>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.</p>	<p>Referuar rregullores së programit, syllabuseve dhe informacionit të siguruar nga stafi akademik dhe studentët, rezulton se në syllabus janë parashikuar format e vlerësimit dhe masa e vlerësimit të çdo komponenti. Këto forma janë alternative dhe të ndryshme duke iu dhënë mundësi studentëve, të demonstrojnë njohuritë e përfituara.</p> <p><i>(Aneks_115_Syllabus për model)</i></p>											
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="584 1417 778 1518"></th> <th data-bbox="778 1417 983 1518">Përmbushet pjesërisht</th> <th data-bbox="983 1417 1190 1518">Përmbushet kryesisht</th> <th data-bbox="1190 1417 1396 1518">Përmbushet plotësisht</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="584 1518 778 1585"></td> <td data-bbox="778 1518 983 1585"></td> <td data-bbox="983 1518 1190 1585"></td> <td data-bbox="1190 1518 1396 1585" style="text-align: center;">X</td> </tr> </tbody> </table>					Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht				X
	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht									
			X									


Standardi III.6

Institucioni garanton vlerësim të drejtë dhe transparent, bazuar në meritën e çdo studenti..

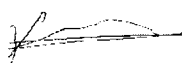
Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

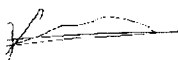
Web site: www.ascal.al




Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Testimi e vlerësimi i njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale realizohet gjatë gjithë vitit akademik dhe reflektohet në vlerësimin përfundimtar.</p>	<p>GVJ, referuar syllabuseve, stafit akademik dhe studentëve, konkludon se vlerësimi është semestral, me komponente të tillë si provimi i ndërmjetëm 40%, detyra kursi 10% dhe provimi final 50%. Të gjithë komponentët reflektohen në vlerësimin final.</p> <p><i>(Aneks_115_Syllabus për model)</i></p>
<p>Kriteri 2. Institucioni vë në zbatim sisteme elektronike të testimit dhe vlerësimit, të cilat eliminojnë forma të ndryshme abuzimi dhe rrisin transparencën.</p>	<p>Referuar RVB-së, konstatohet se UAMD ka bërë marrëveshje për shtrirjen e projektit Clean Score, pjesë e të cilit është edhe korigjimi i provimeve. Ky projekt fillimisht u shtri në programin bachelor dhe mendohet që këtë vit akademik të shtrihet edhe në programin e studimit master edhe në programin e Masterit Profesional Menaxhim Marketing. Institucioni ka marrë masa për trajnimin e pedagogëve, për të qenë sa më të familjarizuar me çështjet teknike të procesit. Gjithashtu, në FB për studentët e programit bachelor përdoret platforma e sekretarinë dixhitale ESSE3, ku në sistemin Pitagora hidhen mungesat e studentëve, pikët e të gjitha komponentëve të vlerësimit dhe konvertohen në notë. Institucioni synon që këtë metodologji ta shtrijë edhe në ciklin e dytë të studimeve.</p> <p><i>(Aneks_117_Marrëveshje Clean Score)</i></p> <p><i>(Aneks_118_Clean Score trajnim)</i></p> <p><i>(Aneks_119_Sistemi Pitagora RASH)</i></p> <p><i>(Aneks_120_Manual përdorimi i Sistemit AULA)</i></p>
<p>Kriteri 3. Testimi e vlerësimi përfundimtar i njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale realizohet nga komisionet e provimeve me së paku 2 anëtarë, ku njëri prej tyre është titullari i lëndës/modulit.</p>	<p>Nga komunikimi me stafin akademik dhe drejtuesin e njësisë bazë, rezulton se testimi përfundimtar realizohet nga një komision, i cili rezulton se ka jo më pak se 2 anëtarë, këto komisione miratohen nga përgjegjësi i departamentit. Në komision njëri nga anëtarët është lektori i lëndës. Njësia bazë ngre një grup pune për kontrollin e procesit të provimeve.</p> <p><i>(Aneks_121_E-mail për ngritje komisioni)</i></p> <p><i>(Aneks_122_E-mail për ngritjen e grupeve të kontrollit për vlerësimin e dijeve)</i></p>
<p>Kriteri 4. Testimi i vlerësimit të njohurive, dijeve me shkrim,</p>	<p>GVJ konstaton se studentët monitorohen nga komisioni gjatë gjithë provimit, për të siguruar kushtet e zhvillimit korrekt.</p>




<p>zhvillohet në mënyrë anonime me sekretim ose kodifikim dhe institucioni siguron infrastrukturë të posaçme të monitoruar me personel dhe mjete survejimi.</p>	<p>Provimet realizohen të sekretuara, për të ruajtur anonimitetin e studentëve.</p> <p><i>(Aneks_48_Rregullore e Fakultetit të Biznesit)</i></p> <p><i>(Aneks_123_Asistimet dhe datat e provimeve master)</i></p>
<p>Kriteri 5. Vlerësimi i njohurive, dijeve dhe aftësive profesionale shoqërohet me komente/ feedback (nëse është i nevojshëm) dhe lidhet me këshilla mbi procesin e të nxënit për të ndihmuar studentin të përmirësohet në të ardhmen.</p>	<p>Referuar RVB-së, rezulton se stafi akademik i angazhuar në programin e studimeve Master Profesional në Menaxhim Marketing, këshillon dhe orienton studentët në lidhje me të gjithë elementet e vlerësimit të dijeve dhe aftësive profesionale me qëllim për të ndihmuar studentët të përmirësohen në mësimnxënien. Gjitashtu, sipas rregulloreve në fuqi lektorët ballafaqojnë vlerësimet e provimeve me studentët, ku, ata kanë të mundësi të marrin feedback dhe të konsultojnë vlerësimin e tezave të tyre, për përmirësimin e rezultatit të tyre në të ardhmen</p> <p><i>(Aneks_12_Rregullore e UAMD-së)</i></p> <p><i>(Aneks_48_Rregullore e Fakultetit të Biznesit)</i></p> <p><i>(Aneks_11_Rregullore e Masterit Profesional “Manaxhim Marketing”)</i></p>
<p>Kriteri 6. Njësitë përgjegjëse dhe personeli akademik evitojnë dhe nuk tolerojnë plagjiaturën, kopjimin në provime dhe detyra.</p>	<p>Provimet zhvillohen me mbikëqyrje nga komisioni për të shmangur kopjimin. Në ditën e provimit studentët duhet të jenë të pajisur me mjet identifikimi, i cili kontrollohet nga stafi akademik asistues si dhe u ndalohen aparatet celulare. Në lidhje me plagjiaturën e punimeve, çdo lektor ka një database me punimet e viteve të mëparshme, ndërsa diploma përveçkapjeve në Hard Copy dorëzohet edhe në CD për tu hedhur online.</p> <p><i>(Aneks_12_Rregullore e UAMD-së)</i></p>
<p>Kriteri 7. Rezultatet e kontrollit të dijeve dhe aftësive profesionale bazohen mbi meritën dhe jepen në kohë sipas përcaktimeve në rregulloret përkatëse.</p>	<p>Studentët e Masterit Profesional menaxhim marketing, vlerësimet i marrin në kohën e përcaktuar sipas rregulloreve përkatëse. Studentët vlerësohen në mënyrë të vazhdueshme përgjatë semestrit, vlerësime këto që janë komponentë të vlerësimit final. Proces verbali i provimit përfundimtar brenda tre ditëve nga data e provimit çohet në sekretari ku përpunohen pikët dhe del nota përfundimtare. Nga takimi me studentët, rezulton se perceptimi i tyre ishte se vlerësimi</p>




	bëhej në bazë të meritës.			
<p>Kriteri 8. Institucioni garanton të drejtat e studentëve për t'u njohur me vlerësimin, kërkesën për rishikim të vlerësimit në përputhje me rregulloret dhe procedurat e vlerësimit.</p> <p>Kriteri 9. Çdo kërkesë, ankimim, shqyrtohet nga komisioni i vlerësimit dhe më pas nga komisioni i posaçëm. Procedura e ndjekur dokumentohet dhe arkivohet.</p>	<p>Referuar dokumentacionit të depozituar në ASCAL por edhe takimeve me studentët e programit, studenti ka të sanksionuar të drejtën për tu njohur me vlerësimin, me mënyrën e korigjimit, për të qenë i qartë për gabimet në përgjigje dhe për vlerësimin sipas meritës. Stafi akademik mësimdhënës në programin e masterit që po akreditohet, pas provimit në një orë mësimore jep përgjigjet e sakta, zgjidh ushtrimet dhe shtjellon pyetjet teorike të tezave të përdorura në provim, me qëllim që studentët të krijojnë një ide për vlerësimin që do të marrin. Referuar rregulloreve përkatëse, studentët kanë të drejtën të ballafaqohen me stafin mësimdhënës në lidhje me vlerësimin e tezës së provimeve. Mbas këtij ballafaqimi ata kanë të drejtën për të kërkuar rishikim të vlerësimit në rast të paqartësive. Në dokumentacionin e depozituar të institucionit, si rregullore institucioni, fakulteti dhe programi, GVJ konstaton, se studenti e ka të sanksionuar të drejtën e ankimimit për rezultatet. Procedura e ndjekur për ankimim, për zgjidhjen e ankesës si dhe vendimi i marrë realizohet në afate të përcaktuara.</p> <p><i>(Aneks_12_Rregullore e UAMD-së)</i></p> <p><i>(Aneks_48_Rregullore e Fakultetit të Biznesit)</i></p> <p><i>(Aneks_11_Rregullore e Masterit Profesional "Manaxhim Marketing")</i></p>			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht	
				X

Standardi III.7	
Zhvillimi i programit të studimit garanton rritjen e aftësive krijuese e zbatuese tek studentët, duke dhënë njëkohësisht njohuri të thelluara të kompetencave profesionale e shkencore.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1. Programi i studimit zhvillohet në mënyrë të tillë që	Referuar informacionit të siguruar nga takimet me studentët dhe stafin akademik, rezulton se programi i studimit Master

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

<p>të garantojë thellimin e njohurive, të zhvillojë aftësitë profesionale dhe të veçanta të studentëve.</p> <p>Kriteri 2. Programi i studimit garanton zhvillimin e aftësive të veçanta në fushën e teknologjisë së informacionit, humane, sociale, të komunikimit dhe ndërveprimit (përfshirë edhe në gjuhë të huaj).</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 çdo lënde.</p> <p>Kriteri 4. Në përfundim të çdo lënde/moduli, personeli akademik vë në pah çështjet më të rëndësishme dhe orienton studentët për implementimin e tyre dhe testin përfundimtar.</p>	<p>Profesional Menaxhim Marketing, i cili përmban 10 lëndë, garanton thellimin e njohurive dhe zhvillon aftësitë profesionale të studentëve në funksion të aplikimit të metodave teorike dhe praktike në lidhje me fushën e marketingut.</p> <p>Nga takimi me studentët e programit, rezultoi se në fillim të semestrit, studentëve iu ofrohet informacion rreth mënyrës së organizimit të lëndës, objektivat e lëndës dhe rezultatet e pritshme. Në syllabuset e lëndëve studentët gjejnë informacion në lidhje me kompetencat dhe aftësitë që marrin në lëndën përkatëse. Këtu ato njihen me temat, kohëzgjatjen e kursit, frekuentimin, mënyrën e vlerësimit, si dhe literaturën bazë dhe plotësuese. Syllabusi përmban edhe numrin e krediteve të lëndës.</p> <p>Referuar informacionit të siguruar nga studentët e programit si dhe nga pedagogët, në seancën e fundit të semestrit çdo pedagog realizon një përmbledhje të lëndës, temave kryesore dhe orienton studentët rreth testit përfundimtar, dhe adreson paqartësitë që studentët kanë</p> <p><i>(Aneks_56_Plani mësimor)</i></p> <p><i>(Aneks_72_Syllabuset e Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”)</i></p>
<p>Kriteri 5. Personeli akademik (i brendshëm ose i ftuar) realizon orë të hapura dhe seminare mbi zhvillime të reja të shkencës dhe teknologjisë jashtë strukturës së programit të studimit.</p>	<p>Nga informacioni i siguruar gjatë vizitës në institucion, rezultoi se studentët e programit Master Profesional Menaxhim Marketing, kanë marrë pjesë në aktivitete të ndryshme të zhvilluara, në të cilat ata informohen rreth inovacioneve dhe arritjeve të shkencës. Departamenti i Marketingut organizon me studentët orë të hapura si dhe një konferencë ndërkombëtare me fushë specifike marketingun, ku studentët njihen me zhvillimet më të fundit të shkencës dhe teknologjisë.</p> <p><i>(Aneks_124_Foto nga konferenca)</i></p>
<p>Kriteri 6. Mësimdhënia realizohet mbi bazë kompetencash që t’u japë studentëve mundësi të</p>	<p>Referuar planit mësimor, syllabuseve si dhe takimeve me stafin dhe studentët e programit, rezultoi se në procesin e mësimdhënies organizimi i orës së mësimi i përshtatet natyrës</p>




<p>zhvillojnë njohuritë e marra në laboratorë dhe praktikat profesionale.</p> <p>Kriteri 7. Personeli akademik mbështet diskutimet dhe punën në grup në interpretimin dhe zgjidhjen e problematikave /çështjeve të caktuara.</p> <p>Kriteri 8. Personeli akademik krijon klimë të përshtatshme për zhvillimin e ideve inovative, studime të avancuara kërkimore e shkencore dhe mbështet.</p>	<p>së lëndëve dhe synon angazhimin e të gjithë studentëve për një mësimnxënie optimale, zhvillim kompetencash si dhe aplikim i njohurive të siguruara nga teoria.</p> <p>Studentët inkurajohen të punojnë në mënyrë individuale ose në grupe për të realizuar një projekt, detyrë kursi apo stimulim i zgjidhjes së një problemi biznesi në fushën e marketingut.</p> <p>Stafi akademik mbështet idetë inovative të studentëve në zgjidhjen e problemeve të marketingut dhe identifikon momentet që kanë nevojë për më shumë informacion dhe studim të mëtejshëm. Këto probleme bëhen objekt i kërkimeve të mëtejshme duke u materializuar në tema diploma.</p>
<p>Kriteri 9. Institucioni mbështet zhvillimin e ideve inovative, studime të avancuara kërkimore e shkencore nga studentët dhe i mbështet financiarisht ato.</p>	<p>Nga informacioni i siguruar gjatë vizitës në institucion, nga takimi me studentë dhe stafin akademik, rezultoi se studentët e programit Master Profesional Menaxhim Marketing, përfshihen në kërkim, nëpërmjet mikrotezave si dhe pjesëmarrjes në konferencat studentore, ku aktualisht në FB janë organizuar 10 konferenca. Konferencat studentore organizohen nga vetë studentët të ndihmuar nga një grup lektorësh. Konferenca mbështetet financiarisht nga institucioni për të mbështetur zhvillimin e ideve innovative dhe të avancuara të studentëve.</p> <p><i>(Aneks_125_Foto nga konferenca)</i></p> <p><i>(Aneks_126_Libri Proceeding i konferencës Studentore)</i></p>
<p>Kriteri 10. Personeli akademik ndërthur format e mësimdhënies me institucionet bashkëpunuese për të mundësuar dhe rritur mobilitetin e studentëve.</p>	<p>GVJ konstaton përpjekje të institucionit për të rritur mobilitetin e studentëve për të ndërthurur format e mësimdhënies. Kështu në planin mësimor të sistemit bachelor ka lëndë që zhvillohen në gjuhën angleze, për të rritur numrin e studentëve të huaj por edhe numrin e studentëve të institucionit për të aplikuar në projektet Erasmus +. Institucioni mendon ta shtrijë këtë edhe në ciklin e dytë.</p> <p><i>(Aneks_127_Vendim për miratimin e kurseve që do të zhvillohen në gjuhën angleze)</i></p> <p><i>(Aneks_36_Syllabuse lëndësh që do të zhvillohen në gjuhën angleze)</i></p>
<p>Shkalla e përmbushjes</p>	<p>Përmbushet Përmbushet Përmbushet</p>



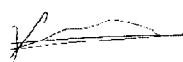

sëstandardit		kryesisht	plotësisht
			X

Standardi III.8	
Institucioni ndjek një procedurë të qartë të zbatimit të njohurive nëpërmjet praktikës laboratorike, praktikës profesionale, praktikave klinike dhe stazheve.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Njësitë përgjegjëse, në funksion të mësimdhënies dhe përfutimit të njohurive, garantojnë mjedise brenda ose jashtë institucionit, të përshtatshme për realizimin e praktikës laboratorike, praktikës profesionale.</p>	<p>Nga vizita në institucion si dhe nga takimet me studentët e programit, rezultoi se praktikat profesionale zhvillohen kryesisht në mjedise jashtë fakultetit kryesisht pranë bizneseve me të cilët institucioni ka marrëveshje bashkëpunimi, lista e të cilëve i vihet në dispozicion studentëve për të përzgjedhur, ose në biznese që studentët i kanë siguruar vetë individualisht. Përsa i përket praktikave laboratorike në lëndë të caktuara, ato zhvillohen në mjediset e institucionit, në laboratore, që disponojnë infrastrukturën dhe kapacitetin e duhur të posteve për të zhvilluar procese normale.</p> <p><i>(Aneks_56_Plani mësimor)</i> <i>(Aneks_11_Rregullore e Masterit Profesional “Manaxhim Marketing”)</i></p>
<p>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 sa më mirë të njohurive dhe kompetencave profesionale.</p>	<p>GVJ konstatoi se insitucioni për realizimin e praktikave profesionale në programin e masterit ka vendosur lidhje bashkëpunimi me një sërë institucionesh dhe subjektsh private që plotësojnë kushtet e duhura, për të qënë vend zhvillimi i praktikave. Praktika profesionale zgjat jo më pak se tre muaj. Në përfundim të praktikës studenti merr një vërtetim dhe raportin e praktikës me firmën dhe vulën e titullarit.</p> <p><i>(Aneks_56_Plani mësimor)</i> <i>(Aneks_49_Marrëveshjet e bashkëpunimit të departamentit Marketing)</i></p>
<p>Kriteri 3. Praktikrat profesionale, klinike dhe stazhet e zhvilluara gjatë</p>	<p>Referuar planit mësimor të Masterit profesional Menaxhim Marketing, praktika profesionale zhvillohet në semestrin e dytë dhe ka 6 kredite. Në përfundim të praktikës profesionale</p>

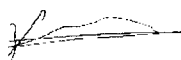
Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

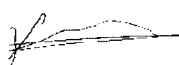
Web site: www.ascal.al




studimeve, ekuivalentohen në kredite dhe dokumentohen në dokumente të posaçme duke e shoqëruar me mendimin e trajnerëve dhe vlerësimin përkatës.	<p>studenti bën mbrojtjen e saj para komisionit duke prezantuar dhe mbrojtur raportin e praktikës në data dhe orare të përcaktuara. Vlerësimi i praktikës bëhet me notë në procesverbal si të gjitha lëndët e tjera.</p> <p><i>(Aneks_128_Dokumentat për mbrojtjen e praktikës professional)</i></p> <p><i>(Aneks_129_Procesverbal Praktike Profesionale model)</i></p>		
Shkalla e përmbushjes së standardit	Përmbushet kryesisht		Përmbushet plotësisht
			X
Standardi III.9			
Institucioni ndjek një procedurë të qartë të diplomimit të studentit në programin e studimit dhe e përgatit atë me dokumentacionin e nevojshëm.			
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve		
<p>Kriteri 1. Institucioni harton procedurë të posaçme për provimin final ose mbrojtjen e diplomës para diplomimit të studentëve dhe e bën atë publike.</p>	<p>Referuar rregullores së Institucionit, të Njësisë Kryesore, rregullores së Programit të Studimit Master Profesional Menaxhim Marketing si dhe rregullores së Diplomimit, cikli i dytë i studimeve Master Profesional përmbyllet me punim diplome.</p> <p>Njësia bazë vendos në dispozicion të studentëve fushën e studimit si dhe listën e stafit akademik, ku ata përzgjedhin udhëheqësin që do të asistojë në vazhdimësi punën për përgatitjen e temës së diplomës.</p> <p>Nga takimi në institucion me studentët, rezulton se ata duhet ti drejtohen njësisë bazë me një kërkesë me shkrim në lidhje me temën dhe pedagogun udhëheqës të përzgjedhur. Njësia Bazë pasi shqyrton kërkesat e të gjithë studentëve, harton listën e atyre që plotësojnë kriteret për tu paraqitur në mbrojtjen e punimit të diplomës e cila bëhet publike në stendat brenda mjediseve të FB. Kriteret dhe standardet e përgatitjes së një punimi diplome jepen në rregulloren e diplomimit si dhe në rregulloren e posaçme për përgatitjen e mikrotezës.</p> <p><i>(Aneks_110_Rregullore Diplomimi)</i></p> <p><i>(Aneks_130_Rregullore e Mikrotezës)</i></p>		




<p>Kriteri 2. Strukturat përgjegjëse dhe personeli akademik asistojnë studentët, duke vënë në dispozicion informacione, udhëzime dhe materiale të nevojshme në funksion të provimit final dhe mbrojtjes së diplomës.</p>	<p>Nga vizita në institucion si dhe nga takimet me studentët e programit të studimeve Master Profesional Menaxhim Marketing, rezultoi se strukturat përgjegjëse dhe personeli akademik asistojnë studentët duke vënë në dispozicion të tyre të gjitha informacionet e nevojshme në funksion të përgatitjes dhe mbrojtjes së mikrotezës. Njësia bazë bën publike në ëeb-in dhe standën e fakultetit kriteret dhe standardet e një punimi diplome.</p>
<p>Kriteri 3. Komisioni i posaçëm për administrimin e provimit final, bazohet në testimin e njohuritë e dhëna gjatë tri viteve akademike, duke përfshirë të gjitha lëndët/ modulet në bazë të rëndësisë dhe peshës specifike.</p>	<p>Referuar rregullores së Institucionit, të Njesisë Kryesore, rregullores së Programit të Studimit Master Profesional Menaxhim Marketing si dhe rregullores së Diplomimit, cikli i dytë i studimeve Master Profesional përmbyllet vetëm me mbrojtjen e mikrotezës. Mbrojtja e mikrotezës bëhet para një komisioni të propozuar nga njësia bazë dhe të miratuar nga njësia kryesore.</p> <p><i>(Aneks _110_ Rregullore Diplomimi)</i></p>
<p>Kriteri 4. Personeli akademik orienton dhe ndihmon studentët në përcaktimin e temave të studimit/diplomave.</p>	<p>Referuar rregullores së mikrotezës, orientimi i studentëve fillon me përcaktimin e emrave pjesë e programit të studimit si dhe të fushave të tyre të kërkimit, duke i ndihmuar studentët që të kontaktojnë me lektorin fushës së kërkimit në interes të tij.</p> <p><i>(Aneks _130_ Rregullore e Mikrotezës)</i></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>GVJ është e mendimit se institucioni ka kapacitetet e duhura për ti asistuar studentët në përgatitjen e punimit të temës sipas fushës së studimit. Për të realizuar kërkimin e tyre shkencor studentët e masterit profesional Menaxhim Marketing, kanë në dispozicion të tyre dy biblioteka, laboratore kompjuterash etj.</p>





<p>Kriteri 6. Udhëheqësi i diplomës asiston studentin në nxjerrjen e rezultateve, përpunimin e tyre, si dhe shkrimin e temës sipas udhëzuesve të miratuar. Ai garanton cilësinë e rezultateve dhe miraton ose jo nëse punimi është i plotë për t'u paraqitur para komisionit.</p>	<p>Udhëheqësi i diplomës pas përcaktimit të programit të punës së studentit, për realizimin e diplomës si dhe afatet e përfundimit të saj, është në kontakt të vazhdueshëm me të. Gjatë konsultimeve me studentin, udhëheqësi kontrollon punën e realizuar sipas programit si dhe asiston studentët në përcaktimin e modeleve, në përpunimin e të dhënave etj, me qëllim realizimin e temës brenda kriterëve dhe standardeve të përcaktuara. Në fund udhëheqësi rishikon dhe miraton punimin e kryer nga studenti si dhe lejon mbrojtjen e tij, duke e nënshkruar.</p> <p><i>(Aneks_131_Mikrotezë-komente model)</i></p> <p><i>(Aneks_132_shembull i një diplome të firmosur)</i></p>
<p>Kriteri 7. Në përfundim të provimit ose mbrojtjes së diplomës, studenti vlerësohet me notë.</p>	<p>Referuar rregullores së diplomimit, komisioni bazuar në prezantimin e punimit nga studenti e vlerëson atë me notë. Rezultatet e mbrojtjes së temës u bëhen me dije studentëve në fund të ditës.</p> <p><i>(Aneks_110_Rregullore Diplomimi)</i></p> <p><i>(Aneks_133_Procesverbal i mbrojtjes së temës së diplomës Master Profesional Menaxhim Marketing)</i></p>
<p>Kriteri 8. Në përfundim të studimeve, studenti pajiset me diplomën dhe suplementin e diplomës, të miratuara nga ministria përgjegjëse për arsimin.</p>	<p>Siç është e parashikuar në nenin 90 të rregullores së UAMD-së, në përfundim të studimeve në Programin Master Profesional, studenti pajiset me diplomën dhe suplementin e diplomës.</p> <p><i>(Aneks_134_Suplement i Diplomës së Masterit Profesional "Menaxhim Marketing")</i></p> <p><i>(Aneks_134_Diploma Master Profesional "Menaxhim Marketing")</i></p>
<p>Kriteri 9. 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 studentit, me kërkesë të tij, i vihet në dispozicion kopje e plote zyrtare e programit të studimit nga Drejtoria e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë, sektori i çeshtjeve mësimore.</p>
<p>Kriteri 10. Institucioni ruan për një periudhë të pacaktuar kopje të dokumentacionit të studentit dhe paraqet, rast pas rasti, informacione për studentët nëse</p>	<p>Dokumentacioni për studentët ruhet për një kohë të pacaktuar nga institucioni si në hard-copy edhe në databazën digjitale që disponon UAMD. Institucioni paraqet rast pas rasti informacione për studentët nëse kërkohen. Pranë UAMD-së ekziston Sektori i Publikimit, Statistikave</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




kërkohen.	dhe Komunikimit, si pjesë e Drejtorisë së Administrimit dhe Shërbimeve. <i>(Aneks_15_Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës)</i>		
Shkalla e përmbushjes së standardit			Përmbushet kryesisht
			Përmbushet plotësisht
			X

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


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

Standardi IV.1	
Institucioni i arsimit të lartë ndjek procedura ligjore dhe transparente të rekrutimit, vlerësimit dhe përzgjedhjes së personelit përgjegjës për programin e studimit	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Institucioni i arsimit të lartë 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 mësimor-shkencor dhe administrativ.</p> <p>Kriteri 2. Institucioni i arsimit të lartë harton dhe zbaton</p>	<p>Referuar dokumentacionit të depozituar në sistemin AMS në ASCAL si dhe nga vizita në institucion, GVJ konstaton se UAMD, në lidhje me Masterin Profesional Menaxhim Marketing, disponon të dhënat për çdo vit akademik, të stafit akademik që përfshihet në program. Në këto të dhëna përcaktohen edhe lëndët që mbulon secili anëtar i stafit akademik si dhe statusin e tij, si PAE apo PAK. Personi përgjegjës për organizimin e programit të studimit Masterin Profesional Menaxhim Marketing, është përgjegjësi i departamentit të marketingut, i cili ka gradën shkencore “Doktor i Shkencave” dhe titullin “Profesor i Asociuar”.</p> <p>UAMD në përputhje me <i>nenin 45 dhe 46</i> të statutit ka të përcaktuar procedurat e rekrutimit të personelit akademik. Departamenti bazuar në analizën e nevojave të tij përcakton kriteret specifike për vendet e punës të cilat miratohen nga rektori. Shpallet njoftimi për vende të lira të punës, aplikimet</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423


E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

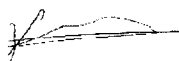



<p>procedura për rekrutimin e personelit akademik, në përputhje me bazën ligjore në fuqi dhe aktet e brendshme rregullatore të institucionit.</p> <p>Kriteri 3. Institucioni i arsimit të lartë harton procedura e kriteret të posaçme e specifike për rekrutimin e personelit, të cilat janë pjesë e akteve rregullatore dhe i bën ato publike.</p> <p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë 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>pranohen vetëm me postë. Dekani krijon nje komision <i>ad hoc</i> për përzgjedhjen e kandidatëve fitues. Komisioni përbëhet nga pesë anëtarë ku tre përfaqësues janë të departamentit. Vlerësimi i kandidatëve përfshin dy faza të njëpasnjëshme që janë: 1. vlerësimi i dosjes; dhe 2. Intervista. Vetëm kandidatët e kualifikuar nga faza e shqyrtimit i nënshtrohen intervistës. Dekani i paraqet rektorit renditjen e kandidatëve sipas vendimit të komisionit dhe rektori lidh kontratë pune me kandidatin e përzgjedhur. Për nevoja të procesit mësimor/kërkimor rektori mund të komandojë me afat të caktuar staf akademik të plotë.</p> <p>Nga konsultimi i dosjeve të stafit të programit, rezultoi se në dosjet e përzgjedhura në mënyrë rastësore gjendet dokumentacioni si, kontrat e punës, diploma dhe lista e notave të noterizuara të studimeve universitare, masterit, doktorata, CV etj.Referuar informacionit të konsultuar në sistemin AMS të ASCAL, rezulton se institucioni, ka një tërësi rregulloresh dhe procedurash të mbështetur në bazë ligjore në lidhje me rekrutimin e stafit akademik.</p> <p><i>(Aneksi_157_Procedura për rekrutimin e stafët akademik)</i> <i>(Aneksi_4. Statuti i UAMD-së.)</i></p> <p>Në RVB-në e institucionit kriteret e standardit IV.1 nuk përputhen me kërkesën e standardit.</p>						
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="598 1220 790 1323">Përmbushet pjesërisht</th> <th data-bbox="790 1220 997 1323">Përmbushet kryesisht</th> <th data-bbox="997 1220 1204 1323">Përmbushet plotësisht</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="598 1323 790 1379"></td> <td data-bbox="790 1323 997 1379"></td> <td data-bbox="997 1323 1204 1379">X</td> </tr> </tbody> </table>	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht			X
Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht					
		X					

<p>Standardi IV.2</p> <p>Institucioni i arsimit të lartë ka përgjegjësinë primare për cilësinë e personelit që mbulon programin e studimit dhe mbështetjen për kryerjen e detyrave në mënyrë efçente dhe efektive</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>




<p>Kriteri 1. Institucioni angazhohet për krijimin e mjedisit dhe mundësive të përshtatshme dhe të barabarta për kryerjen e detyrave të personelit në mënyrë profesionale.</p>	<p>Referuar vizitës në institucion dhe takimeve me grupe të ndryshme, konstatohet se institucioni angazhohet për krijimin e mjedisit të përshtatshëm për personelin. Institucioni ka mjedise të mirëpajisura për çdo anëtar të stafit akademik dhe administrativ, që u krijon mundësi për realizimin e detyrave të tyre profesionale. Institucioni kishte vënë të gjithë kapacitetet infrastrukture në funksion të plotë të krijimit të kushteve të duhura.</p>
<p>Kriteri 2. Institucioni angazhohet për kualifikimin e vazhdueshëm dhe zhvillimin e mëtejshëm profesional të personelit që mbulon dhe administron programin e studimit.</p>	<p>UAMD mbështet stafin e tij për kualifikim të mëtejshëm, gjë që është e parashikuar edhe në statutin e institucionit. Edhe në rregulloren e Departamentit të marketingut është e shprehur mbështetja e aktivitetit kërkimor-shkencor e stafit. Këtu janë të përcaktuara detyrat e grupeve kërkimore si hartimi i planeve kërkimore, realizimi i projekteve shkencore etj. Departamenti angazhohet për të siguruar financim të projekteve.</p> <p><i>(Aneks_5_Statuti i UAMD)</i></p>
<p>Kriteri 3. Institucioni organizon programe specifike për metodat inovative të mësimdhënies e përdorimit të teknologjive të reja, për kualifikimin e mëtejshëm profesional të personelit akademik e të personelit mësimor-shkencor.</p>	<p>Nga takimet me stafin akademik të programit të studimit Master Profesional Menaxhim Marketing, rezulton se mbështetja e institucionit me infrastrukturën e nevojshme për zhvillimin e mësimin me metodat inovative, ka përmirësuar ndjeshëm mësimdhënien. Numri i studentëve në klasat e masterit krijon mundësi për aplikimin e formave bashkëkohore të mësimdhënies. Gjithashtu, stafi akademik i Departamentit të Marketingut ka qenë pjesë e mobiliteteve Erasmus, konferencave dhe aktiviteteve të ndryshme me karakter trajnues për aplikimin e metodave të reja në mësimdhënie.</p>
<p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë dëshmon një angazhim optimal të burimeve njerëzore për përmbushjen e objektivave të programeve të studimeve të ciklit të dytë.</p>	<p>UAMD dëshmon për një angazhim të burimeve njerëzore, stafit akademik dhe atij administrativ, për përmbushjen e objektivave të programit të studimit Master Profesional Menaxhim Marketing. Plani mësimor, syllabuset, orari i mësimin si dhe dokumentet që stafi akademik depoziton në departament, si regjistri i pedagogut, rezultatet e vlerësimit të studentëve etj, flasin për një staf akademik të angazhuar për përmbushjen e objektivave të programit të studimit, gjë që shikohet edhe nga pyetësorët që plotësojnë studentët në fund</p>




	të semestrit për vlerësimin e performancës së stafit akademik. Nga vizita në institucion GVJ, konstaton gjithashtu, se edhe stafi administrativ dëshmon përkushtim në realizimin e detyrave të programit të studimit.		
Shkalla e përmbushjes së standardit		Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
			X

Standardi IV.3

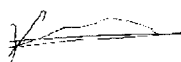
Institucioni i arsimit të lartë vë në dispozicion mjedise mësimore dhe infrastrukturën e përshtatshme për realizimin e procesit mësimdhënës të programeve të studimit dhe për formimin praktik, të posaçme sipas natyrës dhe fushës së programit/eve të studimit.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Institucioni siguron mjediset e mjaftueshme dhe të përshtatshme mësimore për zhvillimin e veprimtarisë mësimdhënëse teorike, në varësi të numrit të studentëve, grupeve mësimore, në përputhje me natyrën specifike të programit të studimit dhe moduleve përkatëse.</p> <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>Kriteri 3. Laboratorët, studiot, atelietë apo mjediset e tjera, sipas natyrës specifike të</p>	<p>Referuar RVB, vizitës në institucion dhe të dhënave në sistemin AMS për infrastrukturën e UAMD, GVJ konstatoi se institucioni disponon mjediset e mjaftueshme dhe të përshtatshme për zhvillimin e veprimtarisë mësimdhënëse.</p> <p>FB që është një ndërtesë më vete, brenda Kampusit të UAMD-së, në Spitallë, ku zhvillon mësimin ky program, është i pajisur me mjedise moderne si auditore, laboratore, boblioteka etj, mjaft të përshtatshme për zhvillimin e procesiot mësimor në përputhje me numrin e studentëve dhe veçortitë specifike të programit të studimit.</p> <p>Referuar RVB dhe vizitës në institucion, rezulton se sallat në dispozicion të procesit mësimor si, klasa, laboratore e mjedise të tjera, disponojnë infrastrukturë dhe logjistikë të pranueshme dhe të nevojshme si, poste ulje, tavolina, pod lekturimi, ëhitebord, smartboard, videoprojektor etj, që garantojnë realizimin e procesit mësimor teorik dhe praktik, përmes përdorimit të teknologjisë bashkëkohore në mësimdhënie.</p> <p>Mjediset ku zhvillohet procesi mësimor përmbajnë të gjitha aparaturat dhe mjetet e nevojshme për plotësimin e kërkesave të moduleve dhe objektivave formuese të programit të studimit.</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



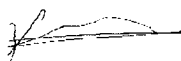

<p>programit, përmbajnë aparataturat dhe mjetet e nevojshme e të përshtatshme për plotësimin e kërkesave të moduleve, aftësimin teorik e praktik dhe të objektivave formues të programit të studimit në tërësi.</p> <p>Kriteri 4. Institucioni siguron së paku një laborator të teknologjisë së informacionit, të pajisur me programe profesionale sipas natyrës së programit/ëve të studimit që ofron.</p> <p>Kriteri 5. Institucioni garanton, me kapacitetet që zotëron dhe /ose në bashkëpunim me institucione dhe subjekte të tjera, që mjediset janë të mjaftueshme, të përshtatshme dhe të posaçme për zhvillimin e praktikave profesionale dhe veprimtarive të tjera praktike</p>	<p>Institucioni disponon laboratore të teknologjisë së informacionit sipas natyrës së programeve që ofron dhe gjithashtu institucioni mbulon me internet të gjitha hapësirat ku zhvillohet procesi mësimor, si domosdoshmëri për përdorimin e teknologjive të informacionit si dhe metodave alternative të mësimdhënies.</p> <p>GVJ konstaton se studentët kanë mundësi që të zhvillojnë aktivitete praktike në laboratorët që posedon vetë institucioni, që kanë kapacitete pritëse të mjaftueshme. Ndërsa praktikat profesionale studentët i kryejnë në institucione ose kompani me të cilat UAMD ka marrëveshje.</p> <p><i>(Aneks_65_Përmbledhëse e kapaciteteve të UAMD-së)</i></p> <p><i>(Aneks_136_Ambiente të Fakultetit të Biznesit)</i></p> <p><i>(Aneks_101_Foto të laboratorëve)</i></p>			
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p> <p style="text-align: center;">X</p>

<p>Standardi IV.4</p> <p>Institucioni i arsimit të lartë vë në dispozicion të studentëve mjedisë mbështetëse të mësimnxënies, bibliotekën, mjedisë të posaçme të mësimnxënies dhe literaturën e nevojshme në mbështetje të procesit të mësimnxënies për studentët e programit të studimit.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>
<p>Kriteri 1. Institucioni vë në dispozicion të studentëve</p>	<p>Referuar RVB dhe vizitës në institucion u konstatua se në dispozicion të studentëve ekzistojnë tre biblioteka, një në</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

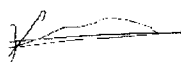



<p>bibliotekën mësimore, duke garantuar mundësinë e shfrytëzimit në mënyrë të barabartë nga studentët e programit të studimit.</p>	<p>mjediset e godinës në Currila dhe dy në godinat A dhe B të kampusit në Spitallë. Në mjediset e këtyre bibliotekave studentët kanë mundësi të barabarta për të marrë shërbime si për të studjuar ashtu edhe për të shfrytëzuar literaturën e tyre. Orari dhe shërbimi i ofruar është në funksion të nevojave të studentëve. Mjediset e bibliotekave janë të hapura edhe në fundjavë.</p> <p><i>(Aneks_137_Memo e kalendarit të bibliotekës)</i></p>
<p>Kriteri 2. Biblioteka duhet të jetë e pajisur me literaturë fizike, 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>Referuar RVB fondi i bibliotekës në UAMD, aktualisht numëron rreth 12000 tituj në gjuhën shqipe dhe të huaj dhe mbulon të gjitha fakultetet e institucionit. Literatura është kryesisht shkencore e me vjetërsi 5-10 vite. Biblioteka është e abonuar edhe në një sërë revistash shkencore.</p> <p>Studentët e masterit professional Menaxhim Marketing mund të shfrytëzojnë mjediset e bibliotekës në godinën A, e cila ofron 126 vende pune e pajisur me kompjutera dhe akses në internet. Biblioteka pasurohet edhe me punimet, materialet didaktike dhe librat universitar që depozitohen në bibliotekë. <i>Në mjediset e institucionit mungon libraria, dhe studentët për të siguruar tektet mësimore i drejtohen librashitëve privat.</i></p>
<p>Kriteri 3. Institucioni duhet të krijojë kushte për akses të barabartë e pa pagesë për studentët, në bibliotekat on-line të fushës së programit të studimit.</p>	<p>Gjatë vizitës në institucion GVJ konstaton prezencën e librave dhe literaturës ndihmëse fizike, por edhe faktin që studentët kanë akses në shfrytëzimin e kapaciteteve të bibliotekës, pa pagesë duke ofruar edhe platforma online. Biblioteka e UAMD-së përfaqësohet edhe në Bibliotekën Virtuale të Shqipërisë COBIB.AL.</p>
<p>Kriteri 4. Biblioteka duhet të jetë e pajisur me programe kompjuterike dhe pajisje të tjera teknike që mundësojnë shfrytëzimin pa kufizime nga ana e të gjithë studentëve.</p>	<p>Referuar RVB-së, rezulton se biblioteka është e pajisur me sisteme të integruara bibliotekare si sistemi COBISS i cili mundëson shfrytëzimin pa kufi nga ana e studentëve.</p> <p>Biblioteka vë në dispozicion katalogun e saj elektronik me standard ndëkombëtar, ka akses pa limit në EBSCO për të gjithë, ka akses në shumë burime të tjera si dhe organizon trajnime falas për të gjithë studentët me temë: aftësimi në informacion.</p>
<p>Kriteri 5. Institucioni duhet të hartojë e të zbatojë një plan të</p>	<p>Referuar RVB-së, rezulton se çdo vit kalendarik, biblioteka në bashkëpunim me njësitë kryesore, dorëzon pranë drejtorisë</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




detajuar për shtimin e zërave të bibliotekës, përditësimin e fondit ekzistues në mbështetje të programit.	së menaxhimit financiar kërkesat për blerje librash dhe pajisje të tjera. Çdo vit parashikohen fonde për blerjen e literatureës shkencore, që në shumicën e rasteve nuk realizohen. Drejtoria e Administrimit dhe Shërbimeve Akademike harton plane për përditësimin e fondit të librave, por që nuk zbatohen nga institucioni.						
Kriteri 6. 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	GVJ konstaton se orari i bibliotekës, është në përputhje me orarin e zhvillimit të programit të studimit. Orari i saj është i deklaruar nga ora 8.00 – 18.00, dhe është nga e hëna në të premte, ndërsa ditën e shtunë punon me orar 8.00-12.00. Numri i punonjësve të bibliotekës është 8, me specialitete të ndryshme si klasifikator, bibliograf etj, Punonjësit e bibliotekës kanë specializimin e duhur për realizimin e detyrave. Në ndihmë të studentëve është edhe sektori elektronik, i aksesueshëm gjatë gjithë javës me orar të plotë.						
Shkalla e përmbushjes së standardit	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Përmbushet kryesisht</th> <th>Përmbushet plotësisht</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>		Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht			X
	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht					
		X					

Standardi IV.5	
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 programet e studimit.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1. Institucioni disponon sistem të menaxhimit nëpërmjet të cilit administron të gjithë informacionin që lidhet me studentët dhe aktivitetin e tyre nga regjistrimi deri në diplomim në programin e studimit.	GVJ referuar shqyrtimit të statutit të UAMD, rregullores së FB dhe asaj të Departamentit, konstatoi se të dhënat dhe informacionet në lidhje me studentët dhe veprimtarinë e tyre regjistrohen dhe arkivohen nëpërmjet një sistemi menaxhimi të brendshëm. Sistemi është konoceptuar të funksionojë në dy forma; regjistrat manualë dhe regjistrat elektronik. Studenti pasi regjistrohet në sekretarinë mësimore, bën edhe regjistrimin në sistemin elektronik të sekretarisë ESSE3. Dokumentacioni themelor për studentët është: regjistri themeltar, që vërteton regjistrimin e studentit pajiset me numër matrikullimi, regjistri i arritjeve akademike të

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

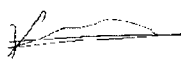
Web site: www.ascal.al

	<p>studentëve si dhe regjistri i lëshimit të diplomave. Këto regjistra pas diplomimit të studentëve arkivohen në arkivën e shtetit shqiptar dhe të UAMD-së në formë hardcopy dhe elektronike. Gjatë vizitës në institucion, GVJ verifikoi mbajtjen e regjistrave manual nga sekretaria mësimore në lidhje me studentët e programit.</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>Referuar takimit të zhvilluar me stafin e burimeve njerëzore, rezulton se zyra e burimeve njerëzore administron të dhënat dhe dokumentacionin për aktivitetin e personelit akademik, ndihmës akademik dhe administrativ. Këto të dhëna ruhen kryesisht në formë manuale por edhe elektronike në disa njësi të UAMD-së si departamenti, fakulteti, universiteti, zyra e personelit dhe e pagave dhe zyra e financës.</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>Referuar RVB-së sistemi i menaxhimit të informacionit krijon akses për personelin dhe studentët në forma të ndryshme si përmes raporteve të analizave vjetore, mësimore dhe shkencore në nivel departamenti, përmes publikimit të informacioneve në ueb dhe në stendat e institucionit. Referuar takimit me studentët, rezulton se studentët nëpërmjet kredencialeve të tyre personale, kanë akses në informacionin në lidhje me progresin dhe vlerësimet e tyre në lëndët respektive.</p>
<p>Kriteri 4. Sistemi i menaxhimit ka të integruar platforma dhe module që mundësojnë forma të komunikimit interaktiv dhe shkëmbimit të informacionit ndërmjet personelit dhe studentëve.</p>	<p>Referuar RVB-së dhe takimeve me studentët e programit si dhe stafin akademik të përfshirë në mësimdhënie, rezulton se në institucion, për komunikimin interaktiv të stafit akademik me studentët përdoret sistemi ESSE3, ku hidhen, ruhen dhe përpunohen të dhëna në lidhje me vlerësimin e studentit. Gjithashtu portal i UAMD-së shërben si një platformë ku studenti mund të marrë informacione nga uebsit-et e pedagogëve në lidhje me lëndë specifike.</p> <p><i>(Aneks_138_Print screen faqja e UAMD-së)</i></p> <p><i>(Aneks_139_Print screen faqja e facebook-ut të Fakultetit të Biznesit)</i></p> <p><i>(Aneks_140_Print screen faqja e facebook-ut të Departamentit Marketing)</i></p>
<p>Kriteri 5. Sistemi i menaxhimit</p>	<p>Monitorimi në kohë reale i aktivitetit të personelit akademik</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



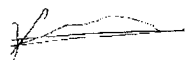

<p>garanton monitorim në kohë reale të aktivitetit akademik e administrativ dhe mundëson raportime individuale dhe të dhëna në kohë reale për organet drejtuese dhe titullarët.</p>	<p>dhe administrativ, në Departamentin e Marketingut, bëhet nga përgjegjësi i departamentit dhe drejtuesit e grupeve mësimore dhe kërkimore. Raportet e monitorimit në lidhje me orarin e mësimit, ngarkesën mësimore, etikën e komunikimit etj, përcillen në fakultet. Gjithashtu sistemi i hedhjes së vlerësimit monitoron në kohë reale ndërhyrjet në sistem. Ky informacion vlerësohet dhe raportohet në organet drejtuese.</p> <p><i>(Aneks_34_Rregullore e Dapartamentit Marketing)</i></p>		
<p>Kriteri 6. Informacionet që lidhen me programet e studimit, personelin akademik, aktivitetet e ndryshme publikohen në faqen e internetit në të paktën dy gjuhë, ku njëra prej tyre është gjuha shqipe</p>	<p>GVJ konstaton se webi i institucionit është funksional, ai është dy gjuhësh, shqip dhe anglisht. Në ëeb GVJ konstatoi të dhëna, rreth fakultetit, departamentit, programeve të studimit syllabuseve etj. Përveç kësaj UAMD është shumë aktive edhe në rrjetet sociale.</p>		
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p> <p style="text-align: center;">X</p>

<p>Standardi IV.6</p>	
<p>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.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>
<p>Kriteri 1. Institucioni harton një raport financiar të kostove të programit të studimit dhe planin për mbështetjen financiare të nevojshme për mbarëvajtjen e programit të studimit për të paktën një cikël të plotë studimi.</p> <p>Kriteri 2. Plani i financimit të një programi studimi duhet të përmbajë financimin e burimeve njerëzore në shërbim të</p>	<p>GVJ referuar RVB-së dhe vizitës në institucion konstaton se UAMD harton një raport financiar dhe planin për mbështetjen financiare conform legjislacionit në fuqi, që rregullon veprimtarinë e arsimit të lartë në Republikën e Shqipërisë. Raporti financiar hartohet nga Drejtoria e Financës dhe Buxhetit në UAMD, i cili përlllogarit koston e mbulimit të një cikli të plotë studimi, për çdo student në të gjitha ciklet e studimeve në institucion.</p> <p>Për programin e studimit Master Profesional në Menaxhim Marketing kjo kosto rezulton 72 000 lekë për një vit</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.asc.al




<p>realizimit të programit, shpenzimet operative për mirëmbajtjen e mjediseve dhe teknologjive mbështetëse të procesit mësimor, shpenzimet për bibliotekën dhe pasurimin e literaturës e aksesin në bibliotekat on-line, detyrimet financiare, grantet vendëse apo të huaja të përfituara dhe kontratat e shërbimeve të lidhura në funksion të realizimit të programit të studimit dhe zëra të tjerë, sipas natyrës specifike të tij.</p>	<p>akademik. Plani 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, për bibliotekën etj.</p> <p><i>(Aneks_141_Tabela e kostove para riorganizimit të programit Master Profesional “Menaxhim Marketing”)</i></p> <p><i>(Aneks_142_Tabela me të dhënat e nevojshme mbi hartimin e kostove për Programin e Ciklit të Dytë Master Profesional “Menaxhim Marketing”)</i></p> <p><i>(Aneks_5_Statuti i UAMD)</i></p>
<p>Kriteri 3. Institucioni kryen auditim të përvitshëm, vlerëson dhe dokumenton gjendjen e financimit dhe efektivitetin financiar të tij. Raporti financiar përmban një pasqyrë të hollësishme financiare të të ardhurave nga tarifat e shkollimit dhe kontributeve të tjera financiare për studentët ose ndarjen e burimeve financiare.</p>	<p>GVJ referuar RVB, konstaton se çdo vit institucioni kryen auditim nga ekspertët e auditit të brendshëm. Burimet e financimit të institucionit janë: buxheti i shtetit, të ardhurat nga tarifat e studentëve si dhe financimi nga shërbimet që UAMD ofron për të tretët.</p> <p>Për të qenë transparent për sigurimin dhe përdorimin e fondeve UAMD bën publike pasqyrën financiare të të ardhurave nga tarifat e studentëve dhe burimet e tjera.</p>
<p>Kriteri 4. Në mbyllje të çdo cikli të plotë studimi, institucioni dokumenton raportet financiare për tri vitet e kaluara akademike dhe planifikon ndërhyrjet e posaçme dhe diversifikimin eventual të financimit të programit për të garantuar ecurinë dhe mbarëvajtjen normale të tij.</p>	<p>Referuar RVB-së Institucioni harton raportin për tre vitet e kaluara për të evidentuar masën e realizimit të të ardhurave si dhe nivelin e shpenzimeve. Gjithashru ky dokument shërben për të përcaktuar masën e realizimit të të ardhurave dhe të shpenzimeve si dhe për të evidentuar dhe planifikuar nevojat për financim dhe si rrjedhojë edhe ndërhyrjet e nevojshme. Këto ndërhyrje kanë për qëllim që të mundësojnë rritjen e efektivitetit të përdorimit të fondeve si dhe garantimin e ecurisë dhe mbarëvajtjes së programit të studimit.</p>
<p>Kriteri 5. Institucioni i arsimit të lartë duhet të dëshmojë se garanton qëndrueshmërinë financiare përgjatë kohës së</p>	<p>Referuar RVB-së konstatohet se në mënyrë periodike Drejtoria e Financës dhe e Buxhetit pranë UMAD-së bën relacion mbi projekt buxhetin me qëllim që të kontrollojë mbarëvajtjen e programeve të studimit të të gjitha cikleve</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




zhvillimit të programit të studimit dhe se ka kapacitete financiare të mjaftueshme për përmirësimin e situatës financiare dhe gjenerimin e të ardhurave të domosdoshme në të ardhmen	përgjatë kohës së shtrirjes së studimeve si dhe të identifikojë burimet e mundshme të gjenerimit të të ardhurave të domosdoshme në të ardhmen.		
Shkalla e përmbushjes së standardit		Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
			X

Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës IV		Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
			X

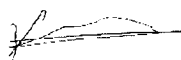
V. STUDENTËT DHE MBËSHTETJA E TYRE

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 i ekspertëve
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.	Në përcaktimin e kriterëve pranues të MP në Menaxhim Marketing, institucioni ndjek të njëjtën praktikë që zbatohet edhe për programet e tjera të studimit. Procedurat dhe kriteret e pranimit në MP janë konform akteve ligjore dhe nënligjore në fuqi si dhe në përputhje me politikat e institucionit. Kriteret dhe procedurat e pranimit janë në përputhshmëri me kriteret e përcaktuara në legjislacion dhe specifikohen gjithashtu në rregulloren e UAMD, rregulloren e Fakultetit të biznesit si dhe në rregulloren e programit të studimit MP në Menaxhim Marketing.
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.	Procedurat për hyrjen dhe ndjekjen e programit i referohen dhe respektojnë barazinë dhe të drejtat për çdo student. Të gjitha procedurat e shoqërojnë studentin përgjatë programit.

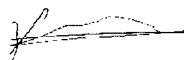
Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel: +355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




	<p>Të gjitha këto procedura janë të pasqyruara edhe në rregulloren e Fakultetit të Biznesit dhe procesi ndiqet në të gjitha njësitë përkatëse për miratim (njësi bazë, njësi kryesore, rektorat, senat akademik, MASR) dhe janë në dispozicion të publikut në faqen elektronike zyrtare të UAMD. Shpallja e fituesve për këtë program studim bazohet në udhëzimet e MASR si përsa i përket afateve ashtu edhe për dokumentacionin që nevojitet për regjistrim. Studentët fitues përzgjidhen duke u bazuar vetëm në kriteret e përcaktuara në vendimin e Senatit Akademik të UAMD.</p>								
<p>Kriteri 3. Kriteret, procedurat e pranimit e përzgjedhjes së studentëve, përparimit përgjatë ndjekjes së programit të studimit, të transferimit, njohjes së studimeve të mëparshme ose të pjesshme, të vlerësimit të dijeve dhe të diplomimit janë lehtësisht të kuptueshme dhe të aksesueshme nga publiku.</p> <p>Kriteri 4. Institucioni harton dhe publikon përpara çdo viti akademik kritere të veçanta për përzgjedhjen e kandidatëve, për t'u pranuar në ciklin e dytë të studimeve.</p> <p>Kriteri 5. Përpara fillimit të çdo viti akademik, institucioni udhëzon publikun dhe të interesuarit në lidhje me kërkesat e kriteret e përgjithshme e të veçanta të programit të studimit</p>	<p>Çdo fillim viti akademik, njësia bazë, në rastin e programit të studimit MP në Menaxhim Marketing, Departamenti i Marketingut, propozon kriteret për përzgjedhjen e studentëve. Kriteret e pranimit miratohen me vendim të Senatit Akademik të UAMD-së, bazuar në propozimet e departamentit dhe Fakultetit të Biznesit. Kriteret bashkë me vendimet e senatit, publikohen në faqen elektronike zyrtare të UAMD.</p> <p>Nga takimi i GVJ me stafin e angazhuar në MP në Menaxhim Marketing, pedagogët u shprehën se studentët njoftohen në rrugë zyrtare nëpërmjet publikimeve në faqen elektronike zyrtare të UAMD dhe në rrjete sociale si edhe komunikime informale që pedagogët zhvillojnë me studentët në mënyrë të vazhdueshme gjatë vitit akademik.</p> <p><i>Aneks 5. Statuti i UAMD,</i> <i>Aneks 12. Rregullore e UAMD</i> <i>Aneks 48. Rregullore FB</i> <i>Aneks 11. Rregullore e MP në Menaxhim Marketing, pdf</i> <i>Aneks 34. Rregullore e Departamentit Marketing.pdf</i> <i>Aneks 68. Memo për kriteret e pranimit 2019-2020 Bsc dhe Master.pdf</i></p>								
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="582 1601 774 1702"></th> <th data-bbox="774 1601 981 1702">Përmbushet pjesërisht</th> <th data-bbox="981 1601 1189 1702">Përmbushet kryesisht</th> <th data-bbox="1189 1601 1407 1702">Përmbushet plotësisht</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="582 1702 774 1758"></td> <td data-bbox="774 1702 981 1758"></td> <td data-bbox="981 1702 1189 1758"></td> <td data-bbox="1189 1702 1407 1758" style="text-align: center;">X</td> </tr> </tbody> </table>		Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht				X
	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht						
			X						




Standardi V.2

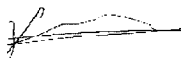
Institucioni i arsimit të lartë vë në dispozicion të studentëve të programit të studimit informacion të plotë e të hollësishëm mbi përparimin akademik, njohjen, vlerësimin e dijeve deri në përfundim të studimeve dhe diplomimit në atë program

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>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.</p> <p>Kriteri 2. Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e njohjeve të kualifikimeve të mëparshme ose studimeve të pjesëshme.</p>	<p>Departamenti i Marketingut, Zyra e Karrierës dhe sekretaria mësimore vënë në dispozicion informacionin e nevojshëm në lidhje me kriteret që duhet të ndiqen dhe procedurat e zbatuara për përparimin akademik të studentëve, në përputhje me kriteret e përcaktuara nga aktet rregullatore të brendshme, rregullorja e UAMD, rregullorja e FB, rregullorja e sekretarisë mësimore dhe rregullorja e programit të studimit. Po kështu vënia në dispozicion të studentëve të syllabuseve si dhe kriteret për kalimin nga një vit në tjetrin plotësohej nga stafi i angazhuar në këtë program studimi dhe sekretaria mësimore.</p> <p>Nga sa më sipër GVJ konstaton që, institucioni është i pajisur me strukturat përkatëse si dhe me procedurat e rregulluara dhe zbatuara nga strukturat përgjegjëse për këtë program studimi. Më konkretisht rregullorja e FB specifikon procedurat që ndiqen në rastin e njohjes së studimeve të mëparshme.</p> <p><i>Aneks 68. Memo për kriteret e pranimit 2019-2020 Bsc dhe Master.</i></p> <p><i>Aneks 69. Memo për ngritje komisioni për kuota transferimesh 2016.</i></p> <p><i>Aneks 70. Të dhënat e të gjithë aplikantëve për transferim studimesh.</i></p> <p><i>Aneks 71. Transferimet-Lëndët e Konvertuara 2016 finale.</i></p>
<p>Kriteri 3. Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e vlerësimit të dijeve e aftësive të studentëve në programin e studimit.</p>	<p>Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e vlerësimit të dijeve e aftësive të studentëve në programin e studimit. Informacioni është i detajuar në syllabusin e të gjitha moduleve të programit të studimit MP në Menaxhim Marketing. Stafi gjithashtu informon studentët në javën e parë të fillimit të mësimit.</p> <p><i>Aneks 72. Syllabuset e Master Profesional "Menaxhim Marketing".</i></p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>Kriteri 4. Institucioni informon studentët në lidhje me kriteret e procedurat e punimit të diplomës dhe diplomimit në programin e studimit.</p>	<p>Studenti njoftohet në lidhje me procedurat e diplomimit, këto kriteret janë të detajuara të rregullorja e programit të studimit, si sa i përket peshës në kredite si dhe numrin e krediteve që studenti duhet të ketë para diplomimit. <i>GVJ sugjeron që për këtë program studimi të hartohen indikatorët të matshëm për vlerësimin e cilësisë së punimit të diplomës.</i></p> <p>Gjithashtu ofrimi i mundësive alternative të një punimi diplome, nisur nga fakti që natyra e punimit nuk nevojitet të jetë e thelluar teorikisht ashtu si do të kërkohej në një punimin e diplomës në master shkencor, <i>GVJ sugjeron punimin e diplomës në grup në formën e një projekti apo një punë aplikative.</i></p> <p><i>GVJ sugjeron që procedura e diplomimit të plotësohet me praktika të vlerësimit për të rritur transparencën dhe cilësinë në këtë proces. Kështu pajisja me formularët e vlerësimit si temës të bazuar në disa kriteret të caktuara (si psh, cilësia e argumentit të përdorur, qasja kërkimore dhe instrumentat metodologjike të përdorur, respektimi rregullave të referimit dhe anti -plagjiatura, vlera praktike e punimit etj) të bazuara në oponent dhe udhëheqës.</i></p>		
<p>Kriteri 5. Përpara fillimit të çdo viti akademik dhe në mënyrë periodike, institucioni publikon udhëzues të posaçëm dhe organizon takime të hapura për informimin e të interesuarve e studentëve të ardhshëm mbi programin e studimit</p>	<p>Nga takimi i realizuar midis GVJ dhe stafit të angazhuar në programin e studimit MP në Menaxhim Marketing si dhe Zyrën e Këshillimit dhe Alumnit, realizohen disa takime informuese me studentët. Megjithatë GVJ sugjeron që, për të siguruar sukses të programit të studimit në afatin e gjatë, njësitë përgjegjëse për këtë program studimi duhet të intensifikojnë komunikimin e tyre.</p> <p><i>Aneks 26. Suplementi i Diplomës Master Profesional “Menaxhim Marketing”.</i></p> <p><i>Aneks 27. Rregullore e Praktikës Profesionale.</i></p> <p><i>Aneks 28. Rregullore për përgatitjen e mikrotezës.</i></p>		
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet pjesërisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>
		X	




Standardi V.3

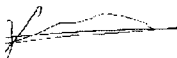
Institucioni i arsimit të lartë vë në dispozicion të studentëve informacion të plotë e të hollësishëm për objektivat formuese, strukturën, organizimin, përmbajtjen e programit të studimit, rezultatet e pritshme të të nxënit dhe mundësitë e punësimit.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1. Studentët informohen në mënyrë të hollësishme për strukturën, organizimin dhe kohëzgjatjen e programit të studimeve.	<p>Studentët informohen në mënyra të ndryshme për strukturën e programit të studimit. Studenti mund të terheqë planin mësimor, strukturën e moduleve dhe shpërndarjen në semestra pranë sekretarisë. Ky informacion publikohet edhe në mediat sociale të UAMD-së. Nga shqyrtimi i faqes ëeb për programin e studimit MP në Menaxhim Marketing, përmbajtja e programit nuk është përditësuar më programin që është aplikuar për vitin 2018-2019.</p> <p><i>GVJ rekomandon përditësimin e vazhduar të informacionit që lidhen me programin e studimit sepse studentët duhet të informohen për programin aktual në kohë reale.</i></p> <p>https://ëëë.uamd.edu.al/index.php/sq/fakulteti-i-biznesit/departamenti-i-marketingut/menaxhim-marketing-mpr/</p>
Kriteri 2. Institucioni vë në dispozicion të studentëve të programeve të studimit informacion dhe dokumentacion/udhëzues të posaçëm për lëndët/modulet, përmbajtjen dhe veprimtaritë formuese.	<p>GVJ konfirmon se institucioni jep informacion, lidhur me programet e studimit, lëndët dhe përmbajtjen e tyre në mënyrë të hollësishme në rregulloren e programit të studimit, syllabuset e lëndëve, nëpërmjet takimeve me stafin akademik etj.</p> <p><i>Aneks 25: Kurrikulat pas Riorganizimit të Masterit Profesional “Menaxhim Marketing”.pdf</i></p> <p><i>Aneks 72. Syllabuset e Master Profesional “Menaxhim Marketing”.pdf</i></p>
Kriteri 3. Institucioni informon studentët mbi mundësitë e punësimit, si dhe mbështetjen institucionale për orientimin drejt dhe në tregun e punës.	<p>Institucioni është i pajisur me struktura që lehtësojnë tranzicionin e studentëve drejt tregut të punës dhe krijojnë mundësinë për informimin e studentëve. Sektori i Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës është struktura përgjegjëse që zhvillon dhe drejton procesin e këshillimit të karrierës, ofron asistencë në orientimin dhe zhvillimin e karrierave profesionale të studentëve. Gjithashtu kjo zyrë mban kontakte me të diplomuarit dhe krijon Rrjetin Alumni,</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



	<p>krijon mundësi bashkëpunimi me kompani për mundësi praktikash dhe punësimi për studentët/alumnit, organizon aktivitete për studentët, trajnime, seminare, ëorkshop-e, harton dhe raporton periodikisht në MASR të dhëna statistikore, zhvillon komunikimin efektiv dhe etik me studentët, alumnit, stafin dhe të tjerë. Nga takimi GVJ me stafin e Sektorit të Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës u konstatua që personeli i angazhuar ishte i motivuar për ti ofruar studentëve një shërbim sa më cilësor. Personeli në drejtim të kësaj zyre është trajnuar dhe disponon aftësitë profesionale GSDF (Global carrier facilitator development). Aktivitetet kryesore të kësaj zyre kanë për qëllim të ndihmojë studentët në qartësimin e qëllimeve akademike dhe të karrierës, në krijimin e planeve të karrierës si dhe në zhvillimin e aftësive të kërkimit të punës. Zhvillimi i Alumni talks me të punësuar të suksesshëm në tregun e punës, tavolina të rumbullakëta me alumni në tregun e punës, gjurmimi i alumni për studentët e MP Menaxhim Marketing, njoftime punësimi sipas profilit të punësimit, janë disa nga aktivitetet e zhvilluara nga kjo zyrë. Zyra në fjalë evidenton fushat e aktiviteteve në të cilat kanë nevojë për përmirësim si: dyfishimi i trajnimeve të stafit, intensifikimi i komunikimeve me studentët në mënyrë që UAMD të njihet më shumë, internshipet, këshillim direkt me studentin etj.</p> <p>Nga takimi i GVJ me sfatin e angazhuar në këtë zyrë u evidentua që janë bërë përpjekje për të analizuar efincencën e kësaj zyre. Për këtë qëllim është përdorur një pyetësor për të matur kënaqësinë e studentit në lidhje me cilësinë e shërbimeve të ofruara nga kjo zyrë.</p> <p><u>16. ALUMNI UAMD.pdf</u></p> <p><u>https://www.facebook.com/AlumniUAMD/</u></p> <p><i>(Aneks 15. Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit & Karrierës.pdf).</i></p>
<p>Kriteri 4. Studentëve u vihet në dispozicion informacion i gjerë dhe i përditësuar mbi zhvillimin dhe organizimin e procesit mësimor, logjistikën,</p>	<p>GVJ konfirmon se studentëve u vihet në dispozicion informacion i gjerë dhe i përditësuar mbi zhvillimin dhe organizimin e procesit mësimor, logjistikën, infrastrukturën dhe shërbimet në funksion të realizimit të tij nga sekretaria mësimore. Studentët e këtij programi e ndjekin mësimin</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




infrastrukturën dhe shërbimet në funksion të realizimit të tij.	gjatë fundjavës, një mundësi kjo për të ndihmuar studentët e punësuar. Nga takimi i GVJ me studentët që ndjekin këtë program studimi konstatoi që zgjedhja e programit ishte orientuar kryesisht nga nevoja gjithnjë e në rritje për specializime në fushën e marketingut dhe aktiviteteve që lidhen me të.		
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 distance	Informacioni në lidhje me programin e studimit bëhet i aksesueshëm nga studentët nëpërmjet postës elektronike dhe nga publikimet në faqen elektronike zyrtare të UAMD-së. Megjithatë në RVB dhe dokumenta të tjerë të paraqitur nga institucioni nuk paraqiten evidenca për sistem të brendshëm menaxhimi.		
Shkalla e përmbushjes së standardit	Përbushet plotësisht	Përbushet kryesisht	Përbushet plotësisht
			X

Standardi V.4

Institucioni i arsimit të lartë mbledh, administron, përditëson dhe ruan të dhëna të hollësishme në lidhje me numrin e profilin e studentëve që ndjekin programet e studimeve të ciklit të dytë*, nga pranimi në diplomim, si dhe të dhëna të punësimit të tyre përmes një sistemi menaxhimi informatik të brendshëm

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Institucioni disponon dhe mban statistika vjetore për numrin e studentëve e të diplomuarve në programin e studimit.</p> <p>Kriteri 2. Institucioni disponon statistika vjetore për numrin e studentëve të regjistruar në programet e studimeve të ciklit të dytë, tërheqet nga programi, si dhe largimet para përfundimit të programit apo mospërfundimin me sukses të vitit akademik në të cilin</p>	<p>Institucioni disponon të dhëna për numrin e studentëve të regjistruar, tërheqet si dhe diplomimet në strukturat përkatëse. Këto të dhëna disponohen nga sekretaria mësimore e Fakultetit të Biznesit-së e cila i përcjell ato te koordinatori i MP në Menaxhim Marketing dhe në zyrën e ALUMNI.</p> <p>Referuar dokumentit (Aneks 148. <i>Analiza Vjetore e Veprimtarisë Mësimore, Kërkimore – Shkencore dhe aktiviteteve të Departamentit të Marketingut, Viti Akademik 2018-2019.pdf</i>), dhe vizitës në sekretarinë mësimore, numri i studentëve për tre vitet akademike rezulton si më poshtë:</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>zhvillohet programi i studimeve.</p> <p>Kriteri 3. Institucioni disponon të dhëna për ecurinë e studentëve gjatë zhvillimit të programit të studimeve që nga pranimi, deri në diplomimin e tyre.</p> <p>Kriteri 5. Institucioni duhet të hartojë raporte analitike periodike mbi profilin dhe cilësinë në hyrje dhe dalje të studentëve, si dhe shkallën e cilësisë të punësimit të tyre, duke e shoqëruar me masat e duhura në drejtim të përmirësimit të këtyre treguesve</p>	<p>Për vitin akademik 2017-2018 31 studentë;</p> <p>Për vitin akademik 2018-2019 24 studentë;</p> <p>Për vitin akademik 2019-2020 26 studentë;</p> <p>Për çdo student sekretaria mësimore disponon dosjet e studentëve, të cilat përmbajnë të dhënat që nga rregjistrimi, ndjekja e studimeve deri në përfundim/diplomim të tyre. GVJ gjatë vizitës në institucion, konsultoi rregjistrat themelor ku çdo student është rregjistruar dhe ishte pajisur me numër matrikullimi. Gjithashtu GVJ konsultoi dosje të studentëve të rregjistruar, të cilat përmbanin dokumentacionin e duhur dhe të noterizuar, si diploma e Bsc, listë notash etj. Dosja e studentëve ishte e pajisur me dokumentat si vijon: kontrata, deklarata e studentit, dokumenti i identifikimit, diploma e shkollës së mesme, diploma e studimeve të ciklit të parë dhe lista e notave.</p>						
<p>Kriteri 4. Të dhënat statistikore të studentëve menaxhohen përmes sistemit të brendshëm të informacionit dhe duhet të jenë të sigurt dhe lehtësisht të verifikueshme nga personat e autorizuar.</p>	<p>Të dhënat statistikore menaxhohen kryesisht nga: sekretaria mësimore e FB, koordinatori i MP, dhe zyra e ALUMNI.</p>						
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="598 1169 786 1263">Përmbushet pjesërisht</th> <th data-bbox="786 1169 994 1263">Përmbushet kryesisht</th> <th data-bbox="994 1169 1198 1263">Përmbushet plotësisht</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="598 1263 786 1326"></td> <td data-bbox="786 1263 994 1326"></td> <td data-bbox="994 1263 1198 1326" style="text-align: center;">X</td> </tr> </tbody> </table>	Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht			X
Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht					
		X					

Standardi V.5

Institucioni i arsimit të lartë përfshin dhe angazhon studentët në organet vendimmarrëse e këshilluese, në kuadër të hartimit, miratimit, rishikimit e përmirësimit të programeve të studimit, metodave të mësimdhënies dhe cilësisë së burimeve e shërbimeve ndaj tyre.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Institucioni parashikon përfshirjen dhe angazhimin e studentëve</p>	<p>Studentët janë të përfaqësuar në organet vendimmarrës të UAMD-së sipas parashikimeve ligjore në fuqi. Ata janë</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>dhe/ose përfaqësuesve të tyre në organet vendimmarrëse e këshilluese sipas akteve ligjore dhe atyre rregullatore të vetë IAL-ve.</p>	<p>anëtar me të drejtë vote dhe me të drejta të barabarta me përfaqësuesit e personelit akademik.</p> <p>Studentët kanë përfaqësuesit e tyre në:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senatin Akademik të UAMD;
<p>Kriteri 2. Institucioni i arsimit të lartë duhet të garantojë se përfshirja e studentëve dhe/ose përfaqësuesve të tyre në vendimmarrje, këshillim apo vlerësimin mbi procesin akademik, të jetë reale, konkrete, frutdhënëse dhe me rezultate lehtësisht të verifikueshme e të matshme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Komisionet zgjedhore në nivel institucional; - Njësie kryesore; - Komisione të përhershme si NJBSC; - Këshillin e Etikës etj.
<p>Kriteri 3. Në hartimin dhe përmirësimin e programeve të studimit, institucioni duhet të mbajë parasysh ngarkesën akademike të studentëve në programin e studimit dhe parashikimin e procedurave joburokratike të përparimit të studentëve përgjatë programit, duke përfshirë njohjen e studimeve të plota apo të pjesshme të mëparshme.</p>	<p>Institucioni e ka parashikuar në rregulloren e FB ngarkesën e lejuar për të gjitha programet e studimit dhe programin MP në “Menaxhim Marketing” respekton të njëjtën rregullore.</p> <p>Ngarkesa është në përputhje me aktet nënligjore (jo më tepër se 25 orë në javë) dhe parashikon 15 orë mësimore në javë në auditor. Njohja e krediteve nga studime të mëparshme zhvillohet nga komisioni i transferimeve i cili përcakton përputhshmërinë e tyre me lëndët e ofruara në MP në Menaxhim Marketing.</p>
<p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë garanton përfshirjen e studentëve në procesin e hartimit, rishikimit dhe përmirësimin të programeve të studimit mbi baza të rregullta dhe reflekton sugjerimet e kontributin e tyre në to.</p>	<p>Nga shqyrtimi i dokumentacionit GVJ konstaton që Departamenti i Marketingut është i hapur ndaj sugjerimeve të studentëve për përmirësimin e programit të studimit. Në dokumentacion vihen re kërkesa të studentëve për zëvendësimin e lëndëve të caktuara (zëvendësimi i lëndës Sjellje organizative me Kërkim Marketing, po kështu edhe biznesi është bërë pjesë e rishikimit të programit. Megjithatë GVJ nuk konstaton ndryshime konkrete të inciuara nga këta të fundit.</p>
<p>Kriteri 5. Studentëve u mundësohet dhënia e mendimit mbi barazinë dhe ndershmërinë e kryerjes së procesit të</p>	<p>Fakulteti i Biznesit ka parashikuar në rregulloren e tij procedurën që siguron ndershmërinë e kryerjes së procesit të vlerësimit e kontrollit të dijeve, përfshirë mundësinë e</p>

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



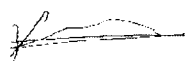

vlerësimit e kontrollit të dijeve, përfshirë mundësinë e ankimimit të rezultatit, rishikimit dhe reflektimit nga ana e institucionit/ njësisë/pedagogut përgjegjës.	ankimimit të rezultatit, rishikimit dhe reflektimit nga ana e institucionit/ njësisë/pedagogut përgjegjës. Këto rregullore janë aplikuar edhe në programin MP në Menaxhim Marketing. <i>Rregullore FB.pdf, neni 29</i>		
Shkalla e përmbushjes së standardit		Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
			X

Standardi V.6	
Institucioni ka procedura e njësi të posaçme për pritjen, orientimin, këshillimin e studentëve, menaxhimin e ankimimeve e problematikave, të cilat operojnë në mënyrë permanente e janë lehtësisht të arritshme e të përdorshme nga studentët.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
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 IAL-ve.	<p>Institucioni është pajisur me struktura të posaçme në shërbim të informimit e shërbimit të studentëve. Njësia përgjegjëse për informimin e studentëve në UAMD është Sektori i Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës.</p> <p><i>Ky sektor është përgjegjës për:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ procesin e këshillimit të karrierës; ○ ofron asistencë në orientimin dhe zhvillimin e karrierave profesionale të studentëve; ○ mban kontakte me të diplomuarit dhe krijon Rrjetin Alumni; ○ krijon mundësi bashkëpunimi me kompani për zhvillimin e praktikës së studentëve; ○ krijon mundësi bashkëpunimi me kompani për mundësi punësimi për studentët; ○ organizon aktivitete për studentët; ○ organizon trajnime, seminare, ëorkshop-e, harton etj; <p>Nga takimet e GVJ me stafin, zyrën përgjegjëse për komunikimin dhe Alumni, u konstatua se kjo zyrë zhvillon një sërë aktivitete, si gjurmimin e Alumnit, njoftime</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.	
Kriteri 3. Institucioni u ofron studentëve shërbimin e këshillimit të karrierës. Zyra/njësia për këshillimin e karrierës mirëpret studentët në mënyrë të vazhduar dhe	

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




<p>periodike, duke ofruar informacion dhe orientim të posaçëm, në lidhje me kompletimin e procesit mësimor, zgjedhjen dhe orientimin për praktikën profesionale në institucione të tjera dhe orientimin në tregun e punës.</p>	<p>punësimi sipas profileve të kërkuara si dhe orientimin dhe gjetjen e praktikës në rrjetin e Alumnit. Kjo zyrë ka hartuar një databazë me rreth 3000 studentë.</p> <p>Sektori i Komunikimit, Alumnit dhe Karrierës, gjithashtu ka mbledhur të dhëna dhe për shkallën e punësimit të studentëve të diplomuar. Nga takimi me studentët që ndjekin këtë program studimi u evidentua që një pjesë e mirë e tyre punonin në fusha të cilat lidheshin me programin e studimit të zgjedhur prej tyre, Mp në Menaxhim Marketing.</p> <p><i>16. ALUMNI UAMD.pdf</i> https://www.facebook.com/AlumniUAMD/ <i>(Aneks 15. Rregullore e Sektorit të Komunikimit, Alumnit & Karrierës.pdf).</i></p>			
<p>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, organeve dhe autoriteteve drejtuese përkatëse</p>				
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet</p>	<p>Përmbushet plotësisht X</p>

<p>Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës V</p>	<p>Përmbushet plotësisht</p>	<p>Përmbushet kryesisht</p>	<p>Përmbushet</p>	<p>Përmbushet plotësisht X</p>
--	------------------------------	-----------------------------	-------------------	---

VI SIGURIMI I CILËSISË SË PROGRAMEVE TË STUDIMIT MASTER PROFESIONAL

<p>Standardi VI.1 Institucioni i arsimit të lartë harton dhe zbaton politika e procedura transparente të posaçme për sigurimin e cilësisë së programeve të studimit, në kuadër të strukturave e sistemit të brendshëm të sigurimit të cilësisë.</p>	
<p>Kriteret</p>	<p>Vlerësimi i ekspertëve</p>
<p>Kriteri 1. Institucioni i arsimit</p>	<p>Institucioni është i pajisur me strukturat që garantojnë</p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
 Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
 Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

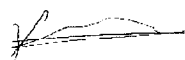
Web site: www.ascal.al




<p>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>monitorimin dhe vlerësimin e cilësisë së brendshme duke përfshirë edhe programin MP në Menaxhim Marketing. Njësia përgjegjëse për sigurimin e brendshëm të cilësisë është Drejtoria e Kurrikulave & Standarteve të Cilësisë. Funkzioni i kësaj zyre është në përputhje të plotë të misionit të institucionit. SBC si strukturë, është e parapare në Statutin e UAMD me detyrime të qarta dhe të plota referuar (<i>Aneks 4. Statuti UAMD neni 77</i>). Ky komision ka për detyrë garantimin e cilësisë së brendshme të UAMD dhe të programeve që ofrohen prej tij, në përputhje me standartet kombëtare. NJBSC është ngritur edhe në nivel fakulteti për FB.</p> <p><i>Aneks 5. Statuti UAMD</i></p> <p><i>Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf</i></p>
<p>Kriteri 2. Institucioni ka të ngritur dhe funksional Sistemin e Brendshëm të Sigurimit të Cilësisë dhe zbaton një strategji institucionale për përmirësimin e vazhdueshëm të cilësisë, ku përfshihen edhe studentët dhe bashkëpunëtorë e ekspertë të jashtëm.</p>	<p>Institucioni ka të ngritur dhe funksional Sistemin e Brendshëm të Sigurimit të Cilësisë dhe zbaton një strategji institucionale për përmirësimin e vazhdueshëm të cilësisë, ku përfshihen edhe studentët dhe bashkëpunëtorë e ekspertë të jashtëm.</p> <p><i>Në nivel Institucional strukturat përgjegjëse për Sigurimin e Standarteve të Cilësisë janë:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Senati Akademik; - Komisioni i Përhershëm për Garantimin e Standardeve dhe Cilësisë (KPGSC); - Njësia e Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë (DKSC); - Drejtoria e Kurrikulës dhe Standardeve të Cilësisë (DKSC); <p><i>Në nivel Fakulteti përgjegjës për Sigurimin e Standardeve të Cilësisë janë:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Njësia e Sigurimit të Brendshëm të Cilësisë pranë Fakulteteve (NjBSC Fakulteti); - Grupi i Vlerësimit të Brendshëm për çdo program (GVB.Bch. /GVB.MP. /GVB.Msc.); - Koordinatorët e Programeve (Ko.Bch. / Ko.MP / Ko.Msc.) <p>Monitorimi i sigurimit të cilësisë funksionon edhe në rang fakulteti, kur kjo kërkohet nga dekani ose rregulloret</p>




	<p>institucionale. Kjo njësi monitoron kryesisht cilësinë e zhvillimit të procesit mësimor.</p> <p><i>(Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf.)</i></p>		
<p>Kriteri 3. Institucioni i arsimit të lartë përdor instrumentet e duhura për sigurimin e cilësisë. Sigurimi i Jashtëm i Cilësisë në arsimin e lartë realizohet përmes proceseve të vlerësimit të jashtëm të akreditimit, vlerësimeve analitike e krahasuese, si dhe proceseve të tjera që promovojnë e përmirësojnë cilësinë.</p>	<p>E dëshmojmë se programi në fjalë ka marre analiza, vlerësime, krahasime, brenda departamentit dhe brenda institucionit, kjo referuar materialeve të NJSBC. Por meqënëse ky program akreditohet për herë të parë, nuk kemi arsye për të bërë krahasime me raporte akreditimi të mëparshme.</p> <p>GVJ konstaton se sigurimi i cilësisë realizohet përmes, monitorimit nga ana e strukturave drejtuese; tërheqjes së mendimit të studentëve me metoda të drejtpërdrejta dhe të tërthorta; bashkëpunimit me patnerët; bashkëpunim me subjekte të tregut të punës etj.</p> <p><i>(Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf.)</i></p>		
<p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë ka hartuar një politikë të qartë dhe ndjek procedura periodike për sigurimin dhe përmirësimin e cilësisë së programeve të studimeve që ofron, në kuadër të SBC-së. Ato synojnë krijimin e kulturës së cilësisë në rang institucional, të njëjësive përbërëse dhe të gjithë aktorëve të brendshëm të institucionit.</p>	<p>Veprimtarinë e saj NJSBC-ja e mbështet në dokumentin strategjik <i>(Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf.)</i></p> <p>Në mënyrë periodike NJSBC informon drejtuesit e njëjësive, e përmes tyre të gjithë stafin e UAMD rreth rezultateve të monitorimeve dhe vlerësimeve të zhvilluara, me synim marrjen e masave për përmirësimin e vazhdueshëm të performancës së institucionit, njëjësive të tij bazë dhe individëve në të ardhmen.</p> <p><i>Megjithatë GVJ sugjeron që ky dokument duhet të shoqërohet edhe me një plan kalendarik në të cilin të parashikohet plani i veprimit, në të cilin programohen monitorimet në sektorët apo proceset që i nënshtrohen vlerësimit e që shoqërohen me raportet me gjetjet përkatëse.</i></p>		
<p>Shkalla e përmbushjes së standardit</p>	<p>Përmbyhet plotësisht</p>	<p>Përmbyhet kryesisht</p>	<p>Përmbyhet plotësisht</p>
		<p>X</p>	




Standardi VI.2

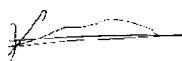
Institucioni i arsimit të lartë monitoron dhe vlerëson përmes njësive të posaçme e në mënyrë periodike programet e studimit, për të garantuar arritjen e objektivave formuese dhe rezultateve të synuara të të nxënit.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Institucioni i arsimit të lartë ngre njësi të posaçme për monitorimin, shqyrtimin, mbikëqyrjen, rishikimin e programeve të studimit të ciklit të dytë.</p>	<p>NJSBC-ja vepron në nivel institucional dhe është përgjegjëse për monitorimin e cilësisë në të gjithë programet e studimit. Në funksion të garantimit të cilësisë, rol të rëndësishëm përveç NJSBC-së ka dhe Departamenti si njësi përgjegjëse për programin e studimit.</p> <p><i>(Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf.)</i></p>
<p>Kriteri 2. Institucioni i arsimit të lartë përdor mekanizma e procese formale e të dokumentuara, për shqyrtimin, miratimin dhe mbikëqyrjen e herëpashershme të programeve të studimeve të ciklit të dytë.</p>	<p>Referuar RVB, UAMD përgatit dhe shpërndan në formën e një raporti vlerësimet periodike mbi shqyrtimin, miratimin dhe mbikëqyrjen e programeve të studimit, i cili u vihet në dispozicion strukturave drejtuese. Monitorimi i realizimit të programit realizohet në mënyrë të vazhdueshme nga koordinatori i programit.</p> <p><i>(Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf.)</i></p>
<p>Kriteri 3. Institucioni i arsimit të lartë përdor metodologji vlerësimi, instrumente matëse dhe vlerësuese për ecurinë dhe mbarëvajtjen e programeve të studimeve.</p>	<p>NJSBC përdor metodologji dhe instrumente vlerësimi për ecurinë e programeve të studimit dhe aktiviteteve të tjera akademike <i>(Neni 14, Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf.)</i></p> <p>Aktivitetet me karakter monitorues dhe vlerësues që organizohen nga NJSBC, për secilin nga proceset akademike që monitorohen gjatë vitit dhe rezultatet e tyre i raporton pranë Rektoratit dhe Dekanateve të fakulteteve. Njëherazi, rekomandon detyra, zbatimin e të cilave ndiqet nga ana e strukturave drejtuese dhe vetë NJSBC.</p>
<p>Kriteri 4. Rezultatet e këtyre vlerësimeve dokumentohen dhe u bëhen të njohura autoriteteve përgjegjëse dhe vendimmarrëse për programin e studimit.</p>	<p>NJSBC-ja përmes sistemit të saj të informacionit mban të dhëna të ndryshme mbi institucionin dhe mbledh të dhëna nga NJSBC-të në nivel Fakulteti dhe Koordinatorët e Programeve.</p> <p><i>Të dhënat kryesore statistikore përfshijnë:</i></p>
<p>Kriteri 5. Raportet e vlerësimit duhet të përfshijnë rezultatet e pritshme, rezultatet e vlerësimit dhe masat e marra për adresimin e mangësive dhe përmirësimin</p>	<p><i>Të dhënat kryesore statistikore përfshijnë:</i></p>

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel: +355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



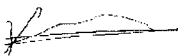

në vijim të cilësisë	<ul style="list-style-type: none"> - Ecurinë e studentëve dhe nivelet e suksesit; - mundësitë e punësimit të të diplomuarve; - profilin e popullatës studentore; - raportin pedagog/studentë; - plotësimi i kërkesave të studentëve me programet e tyre; - efektivitetin e pedagogëve; - koston e burimeve të mësimnxënies dhe disponueshmërinë e tyre; - monitorimin e situatës së punësimit të të diplomuarve; - nivelin e largimit/transferimit të studentëve; - numrin i stafit dhe studentëve që pranoen dhe largohen; - treguesit kyç të performancës së institucionit dhe elementë të ngjashëm; 			
Shkalla e përmbushjes së standardit		Përmbushet pjesërisht	Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

Standardi VI.3	
Institucioni përdor procedura e metodologji vlerësimi, instrumente matëse dhe vlerësuese për hapjen, zhvillimin dhe ecurinë e programeve të studimit, diplomimin dhe daljen në tregun e punës apo studimeve të mtejshme të studentëve.	
Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
Kriteri 1. Vlerësimi i brendshëm i programit të studimit kryhet në mënyrë periodike nga njësia e brendshme e cilësisë që lidhet me këtë program studimi. Institucioni i arsimit të lartë e përfshin këtë informacion në vetëvlerësimin institucional në kuadër të akreditimit apo	Vlerësimi nga NJSBC bëhet në nivel institucional dhe si i tillë shtrihet në të gjithë programet e studimit dhe nuk hartohen relacione specifike në bazë programi, por nga analiza e përgjithshme, secili nga Departamentet përgjegjëse për ofrimin e programit të studimit evidenton elementët që lidhen me programet specifike. Këto vlerësime janë pjesë e vetëvlerësimeve në kuadër të akreditimit institucional dhe programeve të studimit.

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




vetëvlerësimeve të brendshme periodike.	
<p>Kriteri 2. Për kryerjen e vlerësimit, institucioni përdor metoda e instrumente të ndryshme, të posaçme e të përshtatshme në përputhje me natyrën dhe specifikën e fushës akademike të programit të studimit.</p> <p>Kriteri 3. Institucioni i arsimit të lartë, në kuadër të vlerësimit të realizimit, mbarëvajtjes e cilësisë së programit të studimit, përdor metoda të drejtpërdrejta, si: vlerësim i cilësisë së mësimdhënies, vlerësim të didaktikës, kurrikulës, të mësuarit, vlerësime paralele të provimeve apo detyrave të studentëve, vëzhgime në auditor gjatë kryerjes së ushtrimeve/praktikës, testime lokale apo të standardizuara, rezultatet e arritura në testime ndërinstucionale apo kombëtare si provimi i shtetit për profesionet e rregulluara dhe të tjera.</p>	<p>Institucioni ndërmer analiza të vlerësimit të cilësisë në disa drejtime. Këshu vlerësimi i cilësisë së programeve të studimit sigurohet nëpërmjet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - përcaktimit të kriterëve dhe afateve të hartimit, ristrukturimit dhe përmirësimit të programeve sipas përcaktimeve ligjore dhe nënligjore, duke u bazuar ne modelet e brëndshme te UAMD; - standardeve dhe kriterëve të cilësisë së programeve të studimit sic përcaktohen ne kornizën europiane të sigurimit të cilësisë dhe kodit të cilësisë; - rregullores së studimeve për çdo program; - cilësisë dhe numrit të kërkuar të personelit akademik dhe ndihmës akademik që mbulon programin; - politikës së përzgjedhjes së teksteve universitare dhe aplikimit të teknologjisë mësimore bashkëkohore; - infrastrukturës mësimore; - ndërkombëtarizimit të programeve; - monitorimit, vlerësimit të brendshëm dhe akreditimit; <p><i>Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf).</i></p>
<p>Kriteri 4. Institucioni i arsimit të lartë, 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, ndihmës akademik e administrativ, punëdhënësit e institucionet që bashkëpunojnë</p>	<p>NjBSC-ja përmes sistemit të saj të informacionit mban të dhëna të ndryshme mbi institucionin dhe mbledh të dhëna nga NjBSC-të ne nivel Fakulteti dhe Koordinatorët e Programeve. Të dhënat kryesore statistikore përfshijnë, por nuk kufizohen në:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ecurinë e studentëve dhe nivelet e suksesit; - mundësitë e punësimit të të diplomuarve; - profilin e popullatës studentore; - raportin pedagog/studentë;




në realizimin e programit të studimit dhe palëve të tjera që përfshihen në realizimin apo që shërbejnë për vlerësimin e dijeve e kompetencave të përftuara nga ky program.

- plotësimi i kërkesave të studentëve me programet e tyre;
- efektivitetin e pedagogëve;
- koston e burimeve të mësimnxënies dhe disponueshmërinë e tyre;
- monitorimin e situatës së punësimit të të diplomuarve;
- nivelin e largimit/transferimit të studentëve;
- numrin i stafit dhe studentëve që pranohen dhe largohen;
- treguesit kyç të performancës së institucionit dhe elementë të ngjashëm;

(Neni 15, Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf)

Gjithashtu institucioni përdor metoda e instrumente të tërthorta vlerësimi si sondazhe e intervista të studentëve, të atyre të diplomuar (alumni), të personelit akademik, ndihmës akademik e administrative. Një prej instrumenteve për analizimin e arritjeve të misionit institucional është përcaktimi i një grupi treguesish kyç të performancës (TKP), për të analizuar kontributin e tyre ndaj arritjes së objektivave strategjike institucionale. Lista e TKP-së realizohet dhe rifreskohet në mënyrë të vazhdueshme nga NjBSC-ja dhe i propozohet për miratim Senatit Akademik nga KPGSC-ja. TKP-ja përfshijnë elementë si: - Ruajtja e nivelit të regjistrimeve, nivelet e kalueshmërisë, nivelet e diplomimit, diversiteti i profileve studentore, ndërkombëtarizimi etj. Këto të dhëna mbledhen në nivel fakulteti dhe i dërgohen NjBSC-së, çdo fillim viti akademik. Më tej ajo ka për detyrë të japë mendim në formën e sugjerimeve dhe masave korrigjuese. Të dhënat, sugjerimet dhe masat korrigjuese shqyrtohen nga KPGSC-ja, dhe më pas i propozohen Senatit Akademik për miratim.

(Neni 16, Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf)

Shkalla e përmbushjes së standardit

Përmbushet plotësisht

Përmbushet kryesisht

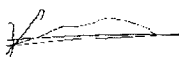
Përmbushet plotësisht




Standardi VI.4

Institucioni i arsimit të lartë përfshin njësitë akademike, stafin e studentët në proceset e SBC-së të programeve të studimit dhe informon palët e interesuara në lidhje me rezultatet dhe masat e marra në vijim të tyre.

Kriteret	Vlerësimi i ekspertëve
<p>Kriteri 1. Institucioni duhet të parashikojë dhe garantojë në politikat dhe procedurat e brendshme të cilësisë përfshirjen e aktorëve të brendshëm dhe të jashtëm të interesuara për sigurimin dhe përmirësimin e vazhduar të cilësisë së programit të studimit.</p> <p>Kriteri 2. Institucioni përcakton përgjegjësi dhe detyra konkrete për njësitë, individët, studentët dhe palë të tjera të angazhuara në sigurimin e brendshëm të cilësisë së programit të studimit dhe garanton ushtrimin me përgjegjësi të këtyre detyrave.</p> <p>Kriteri 3. Në vlerësimin dhe sigurimin e cilësisë së programit të studimit duhet të garantohet përfshirja e njësisë bazë dhe kryesore, përgjegjëse për programin e studimit, anëtarët e personelit akademik, ndihmësakademik e administrativ dhe studentët e programit të studimit.</p>	<p>Programi monitorohet në mënyrë të vazhdueshme por GVJ nuk evidentoi rezultate nga vlerësime të cilat kanë cuar në ndryshimin apo përmirësimin e programit. Refeuar dokumentacionit (<i>Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf</i>), institucioni disponon të gjithë infrastrukturën institucionale për të ndërmarrë proceset e vlerësimit por në dokument nuk specifikohet se si janë studentët të përfshirë në këtë proces përveç përfshirjes së tyre në procese intervistimi në lidhje me cilësinë e mësimdhënies dhe programit të studimit. Në dokumentacionin e dorëzuar institucioni paraqet një pyetësor të zhvilluar me studentët e MP në Menaxhim Marketing. GVJ e cilëson këtë si një praktikë shumë të mirë për të marrë feedback nga studentët për programin e studimit. Megjithatë nuk u paraqitën gjetje nga përdorimi i pyetësorit dhe nëse gjetjet ishin përdorur për të bërë ndryshime të caktuara në programin e studimit. (<i>Aneks 85. Pyetësor për studentët e Masterit Profesional "Menaxhim Marketing".pdf</i>)</p> <p>Koordinatori i programit ka një rol kyç në sigurimin e cilësisë së programeve akademike në UAMD, dhe siguron garantimin e suksesit të studentëve në universitet. Detyrat e koordinatorit të programit janë si më poshtë:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raporton pranë dekanit dhe NjBSC-së mbi cilësinë dhe standardet e programit që mbikëqyr; - Përgatit raporte vjetore, dhe kur kërkohet nga NjBSC-ja gjatë një procesi akreditimi, mbi programin që mbikëqyr, duke u bazuar në formatet e përcaktuara nga NjBSC-ja; - Përgatit dhe rifreskon në mënyrë të vazhdueshme studimin




	<p>e tregut mbi programin që mbikëqyr;</p> <ul style="list-style-type: none"> -Përgatit dhe rifreskon në mënyrë të vazhdueshme dosjen e programit që mbikëqyr; -Në bashkëpunim me koordinatorin e departamentit për kërkimin shkencor, përgatit një raport vjetor, dhe kur kërkohet nga NjBSC-ja gjatë një procesi akreditimi, mbi veprimtarinë kërkimore- shkencore duke vlerësuar: -Numrin e publikimeve në pesë vitet e fundit të stafit akademik të angazhuar në departamentin ofrues të programit; -Numrin e citimeve nga autorët e huaj (duke u bazuar në databazat e citimeve dhe faktorit të impaktit) të artikujve të publikuar nga stafi akademik në departamentin ofrues të programit; -Numrin e projekteve të propozuara dhe realizuara nga departamenti dhe/ose stafi përbërës i tij; -Numrin e konferencave dhe aktiviteteve shkencore të organizuara nga departamenti dhe/ose fakulteti, që kanë në fokus tematikat e programit të ofruar; <p><i>Neni 10, Aneks 111. Rregullore e Sistemit të Brendshëm të Cilësisë UAMD.pdf,</i></p>
<p>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.</p>	<p>Përfshirja e aktorëve të brendshëm siguron dhe respekton integritetin akademik si të pedagogëve ashtu edhe të studentëve. Nga takimi i GVJ me stafin përgjegjës për NJSBC, u konstatua se për raportet që përmbanin rezultatet e pyetësorëve për pedagogët dhe cilësinë e mësimdhënies, pedagogëve u komunikojë në mënyrë individuale nga shefi i departamentit duke respektuar në këtë mënyrë privatësinë për secilin pedagog në raport me rezultatet e nxjerra.</p>
<p>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</p>	<p>Vlerësimi i cilësisë së proceseve që lidhen me programin e studimit parashikon edhe përfshirjen e palëve të treta të cilat me ekspertizën e tyre mund të japin mendime për përmirësimin e cilësisë së programit. Megjithatë GVJ nga shqyrtimi i evidencave nuk konstatoi praninë e palëve të treta në këtë proces.</p>





të japin ekspertizë e mendime të vyera në lidhje me cilësinë e programit dhe përmirësimin e saj				
Shkalla e përmbushjes së standardit			Përmbushet kryesisht	Përmbushet plotësisht
				X

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 i ekspertëve
Kriteri 1. Politika, strategjia, organizimi dhe veprimtaritë në kuadër të sistemit të SBC për programin e studimit janë transparente dhe bëhen publike për studentët dhe të gjithë të interesuarit.	Institucioni është i pajisur me strukturat përgjegjëse që sigurojnë monitorimin e vazhdueshëm të cilësië, megjithatë GVJ gjykon që krahas rregullores së NJSBC-së, institucioni duhet të hartojë edhe një plan pune sipas një plani kalendarik (Planit të veprimit) të përvitshëm, në të cilin programohen monitorimet në sektorët apo proceset që i nënshtrohen vlerësimit e që shoqërohen me raportet me gjetjet përkatëse.
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.	Institucioni publikon rezultatet si është parashikuar në rregullore. Kështu sa i përket pyetësorëve të realizuar me studentët, rezultatet e vlerësimit i vihen në dispozicion individualisht, të gjithë anëtarëve të stafit akademik të vlerësuar, përgjegjësave të departamentit, si dhe dekanëve përkatës nga DKSC në Rektorat.
Kriteri 3. Rezultatet e vlerësimit duhet të shoqërohen me një plan masash, që adresojnë dhe synojnë përmirësimin e mangësive e dobësive të evidentuara.	Brenda muajit Shtator, fakultetet sipas rregullores dërgojnë rezultatet e vlerësimit të stafit akademik për të dy semestrat, sipas departamenteve. Në dokumentacionin e dorëzuar nga IAL paraqitet pyetësori i përdorur për shërbime të ndryshme të ofruara nga Universiteti. Shpesh herë këto pyetësorë përmbajnë një numër të konsiderueshëm pyetjesh dhe cilësia e të dhënave të mbledhura për rrjedhje bie.
Kriteri 4. Institucioni vlerëson dhe siguron efektivitetin dhe impaktin e veprimtarive në	

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel: +355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al




kuadër të monitorimit e vlerësimit të cilësisë, në përmirësimin në vijim të cilësisë së programit të studimit.	<i>GVJ rekomandon që gjetjet të ndahen sipas programeve, si sa i përket cilësisë si programit të studimit ashtu edhe analiza e cilësisë së stafit akademik.</i>			
Kriteri 5. Institucioni organizon veprimtari periodike me personelin dhe studentët për informimin dhe ndërgjegjësimin e tyre për sigurimin dhe përmirësimin e afatgjatë të cilësisë së programit të studimit	Një nga funksionet e vlerësimit të brendshëm të cilësisë është të komunikojë rezultatet dhe të ndërgjegjësojë palët e ndryshme të interesit për hapat e ndërmarra për rritjen e cilësisë në drejtimet e përmendura më sipër.			
Shkalla e përmbushjes së standardit	Përmbyllet plotësisht	Përmbyllet kryesisht	Përmbyllet	Përmbyllet plotësisht
				X

Shkalla e përmbushjes së standardeve të fushës VI	Përmbyllet plotësisht	Përmbyllet kryesisht	Përmbyllet	Përmbyllet plotësisht
				X

Përfundime të Vlerësimit të programit të studimit të ciklit të dytë Master Profesional në: “ Menaxhim Marketing”

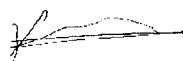
a. Pikat e forta dhe afirmime

1. Niveli i kualifikimit të stafit akademik, në tërësinë e tij stafi akademik është me grada dhe eksperiencë;
2. Staf i motivuar dhe i përkushtuar për ti ofruar studentëve një shërbim sa më cilësor;
3. Aksesimi në bibliotekë online ofron mundësi për një punë të pavarur cilësore dhe angazhim më të madh të studentëve. Biblioteka ka libra në shqip dhe gjuhë të huaj të 5-10 vitet e fundit;
4. Prania e një sistemi informacioni të integruar në rang institucioni;

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al





5. Infrastruktura në dispozicion të angazhimit të pedagogëve në veprimtari kërkimore shkencore;
6. Konsolidimi i veprimtarive lidhur me sigurimin e cilësisë dhe të monitorimit të sigurimit të saj, në veprimtarinë mësimore dhe të kërkimit shkencor;
7. Marrëveshjet e nënshkruara me institucione/organizata biznesi, ofrojnë mundësi për partneritete efektive në funksion të Programit Master Profesional Menaxhim Marketing;
8. Bashkëpunim të gjërë dhe të qëndrueshëm me shumë universitete të tjera brenda dhe jashtë vendit;
9. Mjediset e pajisura me pajisje dhe mjete didaktike bashkëkohore, krijojnë mundësi për zhvillim cilësor të procesit të mësimit;
10. Mobiliteti i stafit përmes bursave Erasmus + dhe programeve të tjera;
11. Organizimi i një konference ndërkombëtare në fushën e marketingut nga Departamenti i Marketingut;

b. Pika të dobta

1. Mangësi në planin mësimor në lidhje me disa lëndë në përputhje me nevojat e kohës sidomos me nevojat lokale;
2. Përfshirje e ulët e studentëve të masterit profesional në projektet e mobilitetit përmes bursave Erasmus;
3. Mungesa e dokumentimit të marrëdhënieve me biznesin apo aktorë të tjerë për të evidentuar efektivitetin e këtyrë marrëdhënieve (p.sh. nr. intershipesh, numër të punësuar për çdo marrëveshje etj.);
4. Mungesa e një plani kalendar për aktivitetet e NJSBC-së, dhe e një plani për përmirësime të mëtejshme. (P.sh. Në evidenca kishte dhe një pyetësor për perceptimet e studentëve sa i përkët programit të studimit por nuk ka rezultate të kësaj analize dhe si rezultatet u reflektuan në përmirësimin e programit);

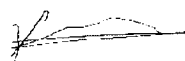
Rekomandime:

1. Objektivat formuese dhe struktura e programit të studimit MP në Menaxhim Marketing, duhet të orientohen më mirë nga nevojat e tregut të punës dhe të operacionalizohen në kompetenca konkrete;
2. Të argumentohet ristrukturimi i programit dhe zëvendësimi i disa moduleve në programin e ri gjithashtu module të tilla si: E-marketing apo Shërbim Klienti (të përfshira në




kurrikulën e mëparshme), të përfshihen në programin e ri pasi përputhen më mirë me objektivat e një programi në Menaxhim Marketing se sa Drejtim Projekti apo Kontabilitet (lëndë në programin ekzistues). Shërbimi i klientit është veçanërisht me rëndësi në një zonë si Durrësi ku turizmi dhe shërbimet marketing që lidhen me të kërkojnë përmirësim të vazhdueshëm;

3. Në programin e studimit, të integrohen module të cilat pajisin studentët me kompetenca që i përgjigjen më mirë nevojave lokale, praktikisht të biznesit në qytetin e Durrësit por edhe me gjerë. Ashtu si u përmend edhe më sipër praktikisht të biznesit në qytetin e Durrësit por edhe me gjerë. Sugjerojmë që, integrimi në programin e studimit të moduleve që lidhen me marketingun e shërbimeve si dhe module që integrojnë teknologjinë në praktikatat e marketingut janë një nevojë për kushtet aktuale të zhvillimit të biznesit;
4. Të përfshihet në program lënda “Marketing Digjital” që reflekton nevojat e kohës si rezultat i evoluimeve dhe inovacionit në teknologji, gjë që do ta bëjë programin më kompetitiv në raport me programe të ngjashme të ofrura nga IAL-të tjera në vend;
5. Në programin aktual të riklasifikohet lëndët në kategoritë përkatëse, sipas VKM-së nr 41, ku *lëndë bazë të programit të studimit, janë ato lëndë që përcaktojnë formimin e përgjithshëm, përgatitjen metodologjike dhe kulturën e përgjithshme*, dhe këtë kusht në program e plotësojnë lëndët “Metoda të Kërkimit Shkencor” dhe “Kërkimi Marketing” të cilat janë klasifikuar si lëndë ndërdisiplinore, ndërkohë lëndë të klasifikuara si lëndë bazë shërbejnë më tepër si lëndë ndërdisiplinore për një program studimi në Menaxhim Marketing. Prandaj GJVJ rekomandon që lëndët e kategorisë A të klasifikohen në kategorinë C dhe anasjelltas;
6. Të punohet më fort në promovimin e programit të shkëmbimeve për shtimin e numrit të studentëve që vinë në UAMD dhe atyre që ndjekin një semester jashtë në universitetet partnere si dhe për theksimin e përfitimeve që kanë studentët sidomos të atyre që quhen soft skills;
7. Nisur nga fakti që natyra e punimit në master profesional nuk nevojitet të jetë e thelluar teorikisht ashtu si do të kërkohej në punimin e diplomës në master shkencor, rekomandojmë që punimi i diplomës të punohet në grup në formën e një projekti apo një punë aplikative;
8. Të plotësohet procedura e diplomimit me praktika të vlerësimit për të rritur transparencën dhe cilësinë në këtë proces. Kështu pajisja me formularët e vlerësimit të temës, bazuar në disa kritere të caktuara (si psh, cilësia e argumentit të përdorur, qasja kërkimore dhe instrumentat metodologjike të përdorur, respektimi rregullave të referimit dhe anti-plagjiatura, vlera praktike e punimit etj) të bazuara në oponent dhe udhëheqës;



9. Rekomandojmë përditësimin e vazhduar të informacionit të faqes web, që lidhet me programin e studimit sepse studentët duhet të informohen për programin aktual në kohë reale;
10. Për programin MP në Menaxhim Marketing të hartohen indikatorë të matshëm për secilin objektiv të vendosur në marrëveshjen e bashkëpunimit dhe kohëzgjatjen e realizimit. Vendosja e disa indikatorëve do të shërbejë departamentit për të evidentuar cilësinë e një marrëveshje të caktuar. Një indikator mund të jetë numri i studentëve që kanë zhvilluar praktikë pranë institucionit, numri i studentëve të punësuar pas zhvillimit të praktikës etj;
11. Nga takimi i realizuar midis GVJ dhe stafit të angazhuar në programin e studimit MP në Menaxhim Marketing si dhe Zyrën e Këshillimit dhe Alumnit, realizohen disa takime informuese me studentët. Për të siguruar sukses afatgjatë të programit të studimit rekomandojmë që, njësitë përgjegjëse për këtë program studimi duhet të intensifikojnë komunikimin e tyre;

Evaluation Process of the study program “Professional Master in: “ Marketing Management”

a. Strength and affirmations

1. A qualified academic staff equipped with an important experience in teaching and research activities;
2. Highly motivated staff in providing a higher quality service to the students;
3. The access to the online library offers the opportunity to undertake independent work and greater student engagement. The library is well equipped with a vast literature in Albanian and foreign languages, mainly not older than five to ten years;
4. The establishment of an integrated information system at the institutional level;
5. The engagement of the academic staff in research activities is supported by the available infrastructure of the institution;
6. The consolidation of the activities related to quality assurance and of its monitoring, in teaching and research activity;
7. Several agreements with business sector, provide opportunities for effective partnerships directly linked with the Professional Master of Marketing Management Program;
8. Agreements signed with business institutions / organizations, provide opportunities and important inputs in the well-functioning of the study programme;
9. Well equipped premisses with didactic tools sustain the development of a qualitative teaching process;
10. Continous staff mobility through Erasmus + scholarships and other programs;

Adresa: “Rruga e Durrësit”
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al



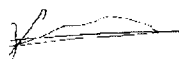

11. The organisation of an international scientific conference in the field of marketing and management within the department that offer this study programme;

b. Weaknesses

1. Lack of the specific modules in the curriculum of the study program Marketing Management in accordance with the needs, especially to the local needs;
2. Low involvement of the professional master students in mobility programmes through Erasmus scholarships;
3. Lack of the documentation of the partnerships with bussiness and other stakeholder which helps to identify the effectiveness of these relationships (eg internship number, number of employees for each agreement, etc.);
4. The lack of the schedule of the NJSBC office and its plan-activities for further improvements. (For example, in the evidence there was a questionnaire for students' perceptions regarding the study program but there are no results of this analysis and as a result they were reflected in the improvement of the program);

Recommendations:

1. The training objectives and the structure of the study program in Marketing Management should be better oriented to the needs of the labor market and operationalized in tangible skills and competencies;
2. The external experts team recommends to the HEI to justify the restructuring of the existing program and the replacement of certains modules. The replacement of modules such as E-marketing and Customer Services with Project Management and Accounting do not follow the specific objectives of this study programme. Moreover, Customer Service module is especially important in Durrës where tourism and related marketing services require constant improvement;
3. The external experts team recommends to the HEI to integrate modules which equip students with competencies that better respond to local needs, practically business in the city of Durres and beyond. We suggest that the integration into the study program of modules related to Service Marketing as well as modules that integrate technology into marketing practices such as Digital Marketing;
4. The external experts team recommends to the HEI to integrate in the study program the module entitled "Digital Marketing" firstly because it fits better with the actual market needs and secondly it will help to shape a more competitive the program in relation to similar programs offered by other HEIs in the country;
5. The external experts team recommends to the HEI to reorganise the curricula of PM in Marketing Management in such way that the distribution of the modules follow the rules



of formative categories according to *DCM 41* the legal basis. Modules such as Research Methods and Marketing Research should be classified at the category A. Moreover, it is recommended that modules in category A to be classified in the category C.

6. The external experts team recommend to the institution to increase the efforts in promoting the exchange programmes of incoming and outgoing students in order to develop the soft skills of the students.
7. The external expert team recommend to consider other alternatives of master thesis finalisation practices such as the preparation of case studies and/or team working-projects linked to the study programme objectives;
8. An important aspect to be improved is related to the procedures of graduation. In this framework, it is recommended to ameliorate the transparency and the quality of this process through the criterias such as the quality of the argument, the research design and methodological instruments used, reference compliance rules, anti-plagiarism and the practical value of the work;
9. It is recommended to establish measurable indicators on the effectiveness of the cooperation agreement between the HEI and institutions that affect the study programme in Marketing Management. These indicators will help the department to identify the quality of a particular agreement. Such indicator can be the number of students who have developed an internship at the institution, the number of students employed after the internship, etcetera;
10. To ensure the long-term success of the study program, we recommend to the staff engaged in this study program as well as to the Office of Carrier Advisory and Alumni, to intensify their communication process;
11. We recommend the continuous updating of the website information related to the study program to inform the students accurately at any time;

Shkalla e përbushjes së standardeve të cilësisë së programit

FUSHAT E VLERËSIMIT	SHKALLA E PËRMBUSHJES SË STANDARDEVE TË FUSHËS			
	Përbushen plotësisht	Përbushen kryesisht	Përbushen plotësisht	
I. OFRIMI, I PROGRAMIT/EVE TË STUDIMIT		X		
II. ORGANIZIMI,		X		

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

E-mail: info@ascal.al

Web site: www.ascal.al

DREJTIMI DHE ADMINISTRIMI I PROGRAMEVE TË STUDIMIT				
III. MËSIMDHËNIA, MËSIMNXËNIA, VLERËSIMI DHE KOMPETENCAT				X
IV. BURIMET NJERËZORE, FINANCIARE, INFRASTRUKTURA , LOGJISTIKA PËR REALIZIMIN E PROGRAMIT TË STUDIMIT				X
V. STUDENTËT DHE MBËSHTETJA E TYRE				X
VI. SIGURIMI I CILËSISË SË PROGRAMIT/EVE				X
VLERËSIMI TËRËSOR				X

Grupi i Vlerësimit të Jashtëm:

Prof.Asoc. Dr.Vita KOJA

PhD. Elena KOKTHI

Adresa: "Rruga e Durrësit"
Pranë gjim. «Q. Stafa», Tiranë
Tel:+355 (04) 222-43423

Web site: www.asc.al

E-mail: info@ascal.al

