

## SYLLABUS për lëndën: KËRKIM MARKETINGU

Të dhëna bazike të lëndës			
<b>Njësia akademike:</b>	FAKULTETI EKONOMIK		
<b>Titulli i lëndës:</b>	KËRKIM MARKETINGU		
<b>Niveli:</b>	BAÇELOR		
<b>Statusi lëndës:</b>	DETYRUAR		
<b>Viti i studimeve:</b>	TRETË		
<b>Numri i orëve në javë:</b>	2+1		
<b>Vlera në kredi – ECTS:</b>	4		
<b>Koha / lokacioni:</b>	FAKULTETI EKONOMIK		
<b>Mësimdhënësi i lëndës:</b>	PROF. RAMIZ LIVOREKA		
<b>Detajet kontaktuese:</b>	ramiz.livoreka@uni-pr.edu		
Përshkrimi i lëndës			
<b>Përshkrimi i lëndës</b>	Lënda ofron njohuri bazë për kërkimin marketing në veçanti dhe kërkimin shkencor në përgjithësi. Pra, lënda mundëson kuptimin e rolit dhe rëndësisë së informacioneve në nxerrjen e vendimeve marketing si pjesa më me rëndësi e vendimeve menaxheriale, të cilat informacione fitohen përmes të procesit të kërkim marketingut.		
<b>Qëllimet e lëndës:</b>	Qëllimi i lëndës është tu jep studentëve dituri për kuptimin e Kërkim marketingut si pjesë e shkencës së marketingut.		
<b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b>	<p>Në fund të semestrit studenti duhe të dij:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ta njoh rëndësinë e Kërkim marketingut për vendimet e menaxhmentit të marketingut,</li> <li>2. Ta përshkruaj procesin e Kërkim marketingut dhe ta kuptoj dhe vlerësoj, se kur një proces është i përgatitur mirë,</li> <li>3. Të mund t'i vlerësoj burimet e të dhënave dhe metodat të cilat janë përdorur për t'i mbledhur të dhënat.</li> <li>4. T'i përshkruaj fazat e procesit të kërkimeve dhe të vlerësoi se cili instrument për mbledhjen e të dhënave duhet të përdoret për cilën formë të kërkimeve.</li> <li>5. Ta njoh rëndësinë dhe kuptoj metodologjinë për hartimin e pyetësorit anketues si instrument me rëndësi në mbledhjen e të dhënave primare, etj.</li> </ol>		
Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej
Ligjërata	2	12	24
Ushtrime teorike/laboratorike	1	13	13
Punë praktike	-	-	-
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	15	15
Ushtrime në teren	-	-	-

Kollokfiume-teste	3	1	3																						
Detyra të shtëpisë	1	15	15																						
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	15	30																						
Përgaditja përfundimtare për provim	-	-	-																						
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	-	-	-																						
Projektet, prezentimet , etj	-	-	-																						
<b>Totali</b>			<b>100</b>																						
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	Ligjërata me përdorimin Pauer Pointit të shoqëruara me shembuj të ndryshëm nga praktika dhe diskutimi në klasë, si dhe ushtrime dhe detyra shtëpije.																								
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	<p>Vlerësimi bëhet në bazë të suksesit në provim që do të përcaktohet nga pikët, të cilat do t'i arrin në tri teste me shkrim në formë të test pyetjeve me 95% dhe vijimi dhe angazhimi në ushtrime me 5%.</p> <p><b>Suksesi në provim</b></p> <table> <tr> <td>1. Vijimi i rregullt</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>2. Testi i I-rë</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>3. Testi i II-të</td> <td>35 %</td> </tr> <tr> <td>4. Testi i III-të</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>5. Gjithsej</td> <td>100 %.</td> </tr> </table> <p><b>Notimi</b></p> <table> <tr> <td>10 (dhjetë)</td> <td>91-100 %</td> </tr> <tr> <td>9 (nëntë)</td> <td>81-90 %</td> </tr> <tr> <td>8 (tetë)</td> <td>71-80 %</td> </tr> <tr> <td>7 (shtatë)</td> <td>61-70 %</td> </tr> <tr> <td>6 (gjashtë)</td> <td>51-60 %</td> </tr> <tr> <td>5 (pesë)</td> <td>0-50 %.</td> </tr> </table>			1. Vijimi i rregullt	5 %	2. Testi i I-rë	30 %	3. Testi i II-të	35 %	4. Testi i III-të	30 %	5. Gjithsej	100 %.	10 (dhjetë)	91-100 %	9 (nëntë)	81-90 %	8 (tetë)	71-80 %	7 (shtatë)	61-70 %	6 (gjashtë)	51-60 %	5 (pesë)	0-50 %.
1. Vijimi i rregullt	5 %																								
2. Testi i I-rë	30 %																								
3. Testi i II-të	35 %																								
4. Testi i III-të	30 %																								
5. Gjithsej	100 %.																								
10 (dhjetë)	91-100 %																								
9 (nëntë)	81-90 %																								
8 (tetë)	71-80 %																								
7 (shtatë)	61-70 %																								
6 (gjashtë)	51-60 %																								
5 (pesë)	0-50 %.																								
<b>Literatura</b>																									
<b>Literatura bazë:</b>	<p>1. Ramiz Livoreka, Kërkim marketingu (tekst universitar). “Dinograf” Ferizaj, 2011 ose në e-formë me plotësim dhe ndryshime.</p> <p>2. Botues Kolegji “Riinvest”, Studime rasti nga kompanitë kosovare “Nga teoria në praktikë”. Redaktor Prof. Muhamet Mustafa. Pjesa I-rë, biznes, menaxhment dhe marketing, artikujt: 3, 4, 6, 8, 10, 11, 17 dhe 19. Libri gjendet në bibliotekën e Fakultetit Ekonomik.</p>																								
<b>Literatura shtesë:</b>	<p>1. McDaniel &amp; Gates, Marketing Research Essentials. 8 edition, 2013, (Amazon.com).</p> <p>2. Alan M. Wilson, Marketing Research: An Integrated</p>																								

	Approach. Financial Times/Prentice Hall, 2012, etj.
<b>Tjetër</b>	1. e-marketingresearch në ueb të ndryshme; 2. Emisionet në TV “Eksploror shkencë” dhe “Eksploror natyrë”, apo emisione tjera lidhur me kërkime.
<b>Plani i dizajnuar i mësimi:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjerata që do të zhvillohet</b>
<b>Java e parë:</b>	Kuptimi dhe roli i kërkim marketingut
<b>Java e dytë:</b>	SIM dhe marrëdhënia me kërkim marketingun
<b>Java e tretë:</b>	Procesi i kërkim marketingut.
<b>Java e katërt:</b>	Llojet e kërkimeve.
<b>Java e pestë:</b>	<b>Testi i I-rë</b>
<b>Java e gjashtë:</b>	Llojet e të dhënave.
<b>Java e shtatë:</b>	Kërkimet cilësore.
<b>Java e tetë:</b>	Kërkimet sasiore.
<b>Java e nëntë:</b>	Instrumentet për mbledhje të të dhënave.
<b>Java e dhjetë:</b>	<b>Testi i II-të</b>
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	Mostra/Zgjedhja.
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	Mbledhja dhe përpunimi i të dhënave.
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	Analiza e të dhënave.
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	Raporti i Kërkim marketingut.
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	<b>Testi i III-te</b>
<b>Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:</b>	
<p><b>Politikat e mirësjelljes në pajtim me statutin e UP-së.</b></p> <p><b>Statuti i Univesitetit të Prishtinës</b></p> <p><b>Neni 155</b> Studentët që janë të pranuar në Universitet kanë të drejtë:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Të marrin pjesë në të gjitha ligjëratat, seminarët dhe në mësimet e organizuara në lëndët e programit të zgjedhur të studimit sipas mbarëvajtjes së studimeve.</li> </ol> <p><b>Neni 156</b> Studentët që janë të pranuar në Universitet kanë obligim:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. T’i respektojnë rregulloret e lëshuara nga Universiteti;</li> <li>2. T’i respektojnë të drejtat e personelit dhe të studentëve të tjerë;</li> <li>3. T’u kushtojnë vëmendje të duhur studimeve të tyre dhe të marrin pjesë në aktivitetet akademike;</li> <li>4. Të vijojnë ligjëratat në pajtim me rregullat e programit specifik të studimeve;</li> </ol> <p>Të sillen mirë sin ë lokalet e Universitetit, ashtu edhe jashtë tyre për të mos e diskredituar Universitetin.</p>	