

SYLLABUS për lëndën: MODELET E APLIKUARA TË KËRKIMEVE TË TREGUT (Master)

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	FAKULTETI EKONOMIK
Titulli i lëndës:	MODELET E APLIKUARA TË KËRKIMEVE TË TREGUT
Niveli:	MASTER
Statusi lëndës:	DETYRUAR
Viti i studimeve:	DYTË
Numri i orëve në javë:	3+0
Vlera në kredi – ECTS:	8
Koha / lokacioni:	FAKULTETI EKONOMIK
Mësimdhënësi i lëndës:	PROF. RAMIZ LIVOREKA
Detajet kontaktuese:	ramiz.livoreka@uni-pr.edu
Përshkrimi i lëndës	
	Lënda ofron njohuri teorike dhe praktike lidhur me modelet e zbatuara në kërkimet e tregut për firmat, sepse nevoja e firmave për informacione nga tregu është me rëndësi thelbësore për vendimet marketing. Pra lënda ofron njohje të procedurave dhe metodave për procesin e kërkim tregut, duke filluar nga kuptimi, plani i kërkimit, modelet e kërkimeve dhe zbatimi i tyre në kërkim tregut deri te paraqitja e raportit kërkimor.
Qëllimet e lëndës:	Qëllimi i lëndës është që përveç njohurive teorike të fitohen edhe njohuri të zbatuara lidhur me modelet e zbatuara të kërkimeve të tregut.
Rezultatet e pritura të nxënies:	Në përfundim të kësaj lënde studenti do të jetë në gjendje që të: 1. Njoh rëndësinë e kërkim tregut në vendimet e menaxhmentit të marketingut, 2. Përkufizoj procesin e kërkim tregut dhe ta njeh përbërjen e tij, 3. Mund të përdor modelet e ndryshme të kërkimeve dhe burimeve të të dhënave dhe metodat të cilat përdoren për t'i mbledhur ato të dhëna. 4. Njoh mostrën statistikore dhe rëndësinë e saj në procesin e kërkimeve të tregut, 5. Njoh dhe përdorë kërkim tregun për segmentimin e tregut, përmirësimin e pozitës së markës, përmirësimin e kënaqësisë konsumatore dhe besimit, arttijen e çmimeve optimale, etj.

Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)															
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithësej												
Ligjërata	3	13	39												
Ushtrime teorike/laboratorike	-	-	-												
Punë praktike -seminari	2	13	26												
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	-	-	-												
Ushtrime në teren	-	-	-												
Kollokfiume	3	2	6												
Detyra të shtëpisë	-	-	-												
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	5	13	65												
Përgaditja përfundimtare për provim	-	-	-												
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	15	2	30												
Projektet, prezentimet , seminari, etj.	35	1	35												
Totali	-	-	201												
Format e mësimdhënies dhe mësimnxënies:	Ligjërata me shembuj të ndryshëm nga literatura dhe jeta reale e biznesit, si dhe diskutim në klasë.														
Metodat e vlerësimit dhe kriteret e kalueshmërisë:	<p>Vlerësimi bëhet në bazë të suksesit në provim që do të përcaktohet nga pikët, të cilat do t'i arrini në test me shkrim në formë të test pyetjeve me 80% dhe punimit të seminarit 20%.</p> <p>Notimi</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>			10 (dhjetë)	91-100 %	9 (nëntë)	81-90 %	8 (tetë)	71-80 %	7 (shtatë)	61-70 %	6 (gjashtë)	51-60 %	5 (pesë)	0-50 %.
10 (dhjetë)	91-100 %														
9 (nëntë)	81-90 %														
8 (tetë)	71-80 %														
7 (shtatë)	61-70 %														
6 (gjashtë)	51-60 %														
5 (pesë)	0-50 %.														
Literatura															
Literatura bazë:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paul Hague, Matthew Harrison, Julia Cupman & Oliver Truman, Market Research in Practice. Third edition, 2016; Kogan Page. 2. Botues Kolegji “Riinvest” Studime rasti nga kompanitë kosovare “Nga teoria në praktikë”. Redaktor Prof. Muhamet Mustafa. Pjesa I-rë, biznes, menaxhment, marketing, artikujt: 5, 7, 9, 14, 15, dhe 18. Libri gjëndet në 														

	bibliotekën e Fakultetit Ekonomik.
Literatura shtesë:	<p>1. Philip Kotler, Kotler on Marketing – how to create, win and dominate markets. 2014 (Amazon.com).</p> <p>2. Alvin C. Burns & Ronald F. Bush, Marketing Research. 6 edition, 2009, 7 edition, 2014, Kap. XV-XIX (Amazon.com) dhe</p> <p>3. Anne E. Beall, Strategic Market Research. Second edition, 2014; (Amazon.com), etc.</p>
Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
<i>Java e parë:</i>	Njohja me Syllabusin.
<i>Java e dytë:</i>	Hyrje në Kërkim tregu; (Kaptina 1).
<i>Java e tretë:</i>	Dizajni i Kërkim tregut; (Kaptina 2).
<i>Java e katërt:</i>	Përdorimi i Kërkim tregut & Kërkimet cilësore; (Kaptina 3 & 4).
<i>Java e pestë:</i>	Kërkimet në tavolinë; (Kaptina 5).
<i>Java e gjashtë:</i>	Kërkimet sasiore dhe mostra; (Kaptina 9 & 10).
<i>Java e shtatë:</i>	Testi i I-rë.
<i>Java e tetë:</i>	Përdorimi i Kërkim tregut në segmentimin e tregut. (Kaptina 17)
<i>Java e nëntë:</i>	Përdorimi i Kërkim tregut për përmirësimin e pozitës së markës. (Kaptina 18).
<i>Java e dhjetë:</i>	Përdorimi i Kërkim tregut për përmirësimin e kënaqësisë konsumatore dhe besimit. (Kaptina 19).
<i>Java e njëmbëdhjetë</i>	Përdorimi i Kërkim tregut për arritjen e çmimeve optimale. (Kaptina 20).
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	Përdorimi i Kërkim tregut për hyrje në tregun e ri. (Kaptina 21).
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	Përdorimi i Kërkim tregut për testimin e efektivitetit të reklamës dhe përdorimi i kërkim tregut për lëshimin e produktit të ri. (Kaptina 22 & 23).
<i>Java e katërmëdhjetë:</i>	Raporti kërkimor; (Kaptina 24).

Java e pesëmbëdhjetë:	Testi i II-të.
Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:	
<p>Politikat e mirësjelljes në pajtim me statutin e UP-së.</p> <p>Statuti i Univesitetit të Prishitnës</p> <p>Neni 155</p> <p>Studentët që janë të pranuar në Universitet kanë të drejtë:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Të marrin pjesë në të gjitha ligjëratat, seminaret dhe në mësimet e organizuara në lëndët e programit të zgjedhur të studimit sipas mbarëvajtjes së studimeve. <p>Neni 156</p> <p>Studentët që janë të pranuar në Universitet kanë obligim:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. T'i respektojnë rregulloret e lëshuara nga Universiteti; 2. T'i respektojnë të drejtat e personelit dhe të studentëve të tjerë; 3. T'u kushtojnë vëmendje të duhur studimeve të tyre dhe të marrin pjesë në aktivitetet akademike; 4. Të vijojnë ligjëratat në pajtim me rregullat e programit specifik të studimeve; 5. Të sillen mirë si në lokalet e Universitetit, ashtu edhe jashtë tyre për të mos e diskredituar Universitetin. 	