



KËRKIMET NË MARKETING

Të dhëna bazike të lëndës			
Njësia akademike:	Fakulteti i Shkencave të Jetës dhe Mjedisit		
Titulli i lëndës:	Kërkimet në Marketing		
Programi:	Menaxhim në Agrobiznes		
Niveli:	Bachelor		
Statusi lëndës:	Zgjedhore (Z)		
Viti i studimeve:	Viti 3 / Semestri 5		
Numri i orëve në javë:	2 + 2		
Vlera në kredi – ECTS:	6 ECTS		
Koha / lokacioni:	Do të shpallet		
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Asoc. Dr. Kushtrim Braha		
Të dhënat kontaktuese:	kushtrim.braha@uni-prizren.com; +383 49 531 537		
Përshkrimi i lëndës:	Kjo lëndë shqyrton metodat dhe teknikat e kërkimeve për zgjidhjen e problemeve në marketing. Përmbajtja tematike e lëndës përfshinë procesin e hulumtimit dhe metodat e mbledhjes së informacionit, marrjen e mostrave, të dhënat dhe analizat statistikore, parashikimin dhe paraqitjen e rezultateve, si dhe përpilimin dhe implementimin e raportit kërkimorë të marketingut.		
Qëllimi i lëndës:	Qëllimi i lëndës është i orientuar që studenti të kuptojë dhe aplikoj bazat e kërkimit në marketing, si dhe të kuptojë kontributin kërkimeve në marketing në marrjen e vendimeve në nivel të firmës.		
Rezultatet e të nxënit:	Pas përfundimit të kursit, studentët do të jetë në gjendje të: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuptojnë rolin e kërkimeve të marketingut në planifikimin dhe zhvillimin e produktit. ▪ Kuptojnë konceptet dhe metodat kryesore të kërkimeve në marketing. ▪ Kuptojnë metodat kërkimore cilësore dhe sasiore. ▪ Hartojnë dhe zhvillojnë një plan të kërkimit të marketingut. 		
Ngarkesa e studentit (duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	2	15	30
Punë praktike	1	3	3
Kontaktet me mësimdhënësin (konsultimet)	1	15	15
Ushtrime në teren	1	3	3
Kollokviume, seminare	2	2	4
Detyra të shtëpisë	1	13	13
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	15	30



Përgaditja përfundimtare për provim	2	8	16
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuiz, provim final)	2	2	4
Projektet, prezentimet etj.	2	1	2
Totali			150 orë (6 ECTS)
Metodologjia e mësimdhënies:	Ligjërata, ushtrime, diskutime, konsultime, projekte kursi, detyra shtëpie, kollokviume, provimi përfundimtar.		
Metodologjia e vlerësimit:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vijueshmëria e rregullt dhe aktive: 10%, ▪ Provimi i ndërmjetëm (kollokviumi): 20%, ▪ Projekti i kursit: 30%, ▪ Provimi final: 40%. 		
Literatura			
Literatura primare:	Hair, J., Celsi, M., Ortinau, D. dhe Bush, R. (2012) Essentials of Marketing Research. McGraw-Hill. 3ed. Livoreka, R. (2011) Marketing Research. Ferizaj: Dinograf. Zikmund, W. (2012) Exploring Marketing Research. Thomson, South-Western, 8ed.		
Literatura shtesë:	Churchil, G. (2001) Basic Marketing Research. South-Western Thomson-Learning, 4ed. Tull, D., dhe Hawkins, D. (1993) Marketing Research. Prentice Hall, 4ed.		

Plani i dizajnuar i mësimi:		
Java	Ligjërata	Ushtrime
Java e parë:	Hyrje në kërkimet e marketingut. Konceptet themelore të Kërkimit në Marketing.	Shpërndarja e temave të projekteve seminarike.
Java e dytë:	Kërkimet në marketing dhe vendimarrja menaxheriale	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së parë të ligjëratave.
Java e tretë:	Procesi dhe propozimi i kërkimeve në marketing	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së dytë të ligjëratave.
Java e katërt:	Të dhënat sekondare, përmbledhja e literaturës, dhe hipotezat	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së tretë të ligjëratave.
Java e pestë:	Dizajnimi i kërkimeve eksploruese dhe vrojtuese dhe metodat e mbledhjes të të dhënave	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së katërt të ligjëratave.
Java e gjashtë:	Dizajnet kërkimore përshkruese dhe rastësor	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së pestë të ligjëratave.
Java e shtatë:	Mostrimi: Teoria dhe metodologjia	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës gjashtë të ligjëratave.



Java e tetë:	Provimi i ndërmjetëm (Kollokviumi).	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së shtatë të ligjëratave.
Java e nëntë:	Matja dhe shkallëzimi	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së tetë të ligjëratave.
Java e dhjetë:	Dizajnimi i pyetësorit	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së nëntë të ligjëratave.
Java e njëmbëdhjetë:	Analizat e të dhënave kualitative/cilësore	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së dhjetë të ligjëratave.
Java e dymbëdhjetë:	Përgatitja e të dhënave për analizat sasiore	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së njëmbëdhjetë të ligjëratave.
Java e trembëdhjetë:	Analiza bazike e të dhënave për kërkimin sasior	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së dymbëdhjetë të ligjëratave.
Java e katërbëdhjetë:	Shqyrtimi i marrëdhënieve në kërkimet sasiore	Detyra të zgjedhura, kuize dhe raste studimore nga tema e javës së trembëdhjetë të ligjëratave.
Java e pesëmbëdhjetë:	Komunikimi i gjetjeve të kërkimit në marketing	Prezentimi i projekteve seminarike.
Politikat akademike dhe kodi i sjelljes		
<ul style="list-style-type: none">▪ Studenti duhet të jetë i ndërgjegjshëm dhe të respektojë institucionin dhe Kodin e etikës.▪ Studenti duhet të respektojë orarin e ligjëratave, ushtrimeve dhe të jetë i vëmendshëm.▪ Studenti posedojë dhe paraqesë ID kartën në provime e ndërmjeme dhe provime përfundimtare,▪ Gjatë hartimit të projekteve të kursit, studenti duhet t'i përmbahet udhëzimet e dhëna nga mësimmshënësi.▪ Gjatë orës së provimit është i ndaluar përdorimi i celularëve.		