

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:	OBLIGATIVE
Viti i studimeve:	DYTË
Numri i orëve në javë:	3+0
Vlera në kredi – ECTS:	8
Koha / lokacioni:	FAKULTETI EKONOMIK
Mësimdhënësi i lëndës:	PROF. NAIL RESHIDI
Detajet kontaktuese:	nail.reshidi@uni-pr.edu
Përshkrimi i lëndës	Lënda ofron njohuri teorike dhe praktike për zhvillimin e kërkimeve të tregut nga fillimi deri në përfundim. Lënda është e orientuar drejt praktikës dhe gjatë gjithë semestrit studentët do të zhvillojnë një projekt real kërkimor, duke kaluar nëpër të gjitha fazat: definimi i problemit, dizajni i kërkimit, mbledhja dhe analiza e të dhënave, si dhe raportimi final.
Qëllimet e lëndës:	<p>Pas përfundimit të lëndës studentët do të jenë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulojnë probleme dhe objektiva kërkimore të qarta • Zhvillojnë modele konceptuale dhe hipoteza • Hartojnë instrumente kërkimore (pyetësorë, intervista) • Zgjedhin metoda të përshtatshme kërkimi • Aplikojnë teknika të kampionimit • Mbledhin dhe menaxhojnë të dhëna • Analizojnë të dhënat (SPSS/Excel) • Interpretojnë rezultatet për vendimmarrje • Shkruajnë raport profesional kërkimor • Prezantojnë gjetjet në mënyrë akademike dhe profesionale

Rezultatet e pritura të nxënies:	<p>Në përfundim të kësaj lënde studenti do të jetë në gjendje që të:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Njoh rëndësinë e kërkim tregut në vendimet e menaxhmentit të marketingut, 2. Përkufizoj procesin e kërkim tregut dhe ta njihë 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, artin 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	-	-	-
Kollokfiime	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:	<input type="checkbox"/> Ligjërata interaktive <input type="checkbox"/> Ushtrime praktike <input type="checkbox"/> Prezantime studentore <input type="checkbox"/> Punë me software statistikor		

Metodat e vlerësimit dhe kriteret e kalueshmërisë:	Hulumtimi shkencor Notimi 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:	1. <i>Metodal e Hulumtimit</i> – Bob Matthews dhe Liz Ross 2. Paul Hague, Matthew Harrison, Julia Cupman & Oliver Truman, <i>Market Research in Practice</i> . Third edition, 2016; Kogan Page. 3. <i>Essentials of Marketing Research</i> , Joseph Hair, David Ortinau dhe Dana Harrison, 2021
Literatura shtesë:	1. <i>From good Market Research to Great Marketing</i> , Colleen Edwards, 1999. 2. "Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics: (and Sex and Drugs and Rock 'n' Roll)", Andy Field, 2013
Plani i dizajnuar i mësimi:	
Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Njohja me Syllabusin.
Java e dytë:	Hyrje në kërkimet e tregut; <ul style="list-style-type: none"> • Roli i kërkimit të tregut në vendimmarrje • Llojet e kërkimeve (akademike dhe praktike) • Procesi i kërkimit nga fillimi në fund • Diskutim për tema të mundshme kërkimi <i>Detyrë: Zgjedhja e temës preliminare të kërkimit</i>
Java e tretë:	Definimi i problemit dhe objektivave; <ul style="list-style-type: none"> • Problemi menaxherial vs problemi kërkimor • Formulimi i pyetjeve kërkimore • Objektivat e kërkimit • Ndërtimi fillestar i modelit konceptual <i>Detyrë: Draft i problemit dhe objektivave</i>
Java e katërt:	Rishikimi i literaturës dhe modeli konceptual; <ul style="list-style-type: none"> • Si bëhet literature review • Burimet akademike dhe profesionale • Identifikimi i variablave • Ndërtimi i modelit konceptual • Formulimi i hipotezave <i>Detyrë: Modeli konceptual + hipotezat</i>

Java e pestë:	Dizajni i kërkimit; <ul style="list-style-type: none"> • Kërkimi eksplorues, përshkruar dhe shkakësor • Metodatat kuantitative dhe kualitative • Dizajni transversal dhe longitudinal • Zgjedhja e metodës së përshtatshme <i>Detyrë:</i> Përshkrimi i dizajnit të kërkimit
Java e gjashtë:	Matja e variablave dhe shkallët matëse; <ul style="list-style-type: none"> • Operacionalizimi i variablave • Llojet e shkallëve (Likert, diferenciale semantike, etj.) • Validiteti dhe besueshmëria • Ndërtimi i indikatorëve <i>Detyrë:</i> Lista e variablave dhe indikatorëve
Java e shtatë:	Hartimi i pyetësorit; <ul style="list-style-type: none"> • Struktura e pyetësorit • Formulimi i pyetjeve • Gabimet e zakonshme • Përdorimi i platformave online (Google Forms, etj.) <i>Detyrë:</i> Draft pyetësori
Java e tetë:	Mostra dhe madhësia e mostrës; <ul style="list-style-type: none"> • Popullacioni dhe korniza e mostrës • Mostra probabilitare dhe jo-probabilitare • Llogaritja e madhësisë së mostrës • Përzgjedhja e respondentëve <i>Detyrë:</i> Plani i mostrës
Java e nëntë:	Metodat kualitative; <ul style="list-style-type: none"> • Intervista të thelluara • Fokus grupe • Vëzhgimi • Analiza tematike <i>Aktivitet:</i> Hartimi i guidës së intervistës
Java e dhjetë:	Mbledhja e të dhënave dhe etika; <ul style="list-style-type: none"> • Organizimi i mbledhjes së të dhënave • Pilot testimi i pyetësorit • Çështjet etike në kërkim • Kodimi dhe pastrimi i të dhënave <i>Detyrë:</i> Fillimi i mbledhjes së të dhënave
Java e: njëmbëdhjetë	Hyrje në analizën e të dhënave; <ul style="list-style-type: none"> • Futja e të dhënave në SPSS/Excel • Statistikat përshkruese • Frekuencat, mesatarja, devijimi standard • Pastrimi i të dhënave <i>Punëtori:</i> Analiza bazike në SPSS
Java e dymbëdhjetë:	Analiza e avancuar dhe testimi i hipotezave; <ul style="list-style-type: none"> • Cronbach alpha (besueshmëria) • Korelacioni

	<ul style="list-style-type: none"> • Regresioni bazik • Krahasimi i grupeve (t-test/ANOVA) • Interpretimi i rezultateve <p><i>Detyrë: Analiza e të dhënave të projektit</i></p>
Java e trembëdhjetë:	<p>Shkrimi i raportit dhe prezantimet finale;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktura e raportit kërkimor • Interpretimi dhe diskutimi i gjetjeve • Rekomandimet menaxheriale • Prezantimi profesional i rezultateve <p><i>Dorëzim final:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Raporti i plotë kërkimor • Prezantimi i projektit
Java e katërbëdhjetë:	Përfundimi;
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 Prishtinës</p> <p>Neni 155 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, seminarët dhe në mësimet e organizuara në lëndët e programit të zgjedhur të studimit sipas mbarëvajtjes së studimeve. <p>Neni 156 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. 	