

Emri i Lëndës : e-Commerce							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
EMS 215	B	Vjeshtë	3.00	1.00	0.00	3.50	5.00
Lektori		Elda Dollija, PhD					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Anglisht					
Niveli i lëndës		Bachelor					
Përshkrimi		Kursi “E-commerce” synon të njohë studentët me tendencën e re të të bërit biznes dhe tregëti online. Lënda synon t'i afrojë sa më shumë studentët me modelet e reja te biznesit dhe tregtisë elektronike duke i njohur me elementët përbërës të tyre, faktorët që ndikojnë në to, infrastrukturën, kuadrin ligjor dhe etik të funksionimit, çështje të privatësisë dhe sigurisë dhe elementët përbërës të ICT-së. Lënda i njeh studentët edhe me modelet e ndryshme të të bërit biznes dhe tregëti online, oportunitetet dhe sfidat, realizimin e blerjeve online, Marketingu Digital dhe Menaxhimi i Marrëdhënieve me klientin.					
Objektivat		Të shpjegojë kuptimin dhe rëndësinë e e-commerce. Të shpjegojë modelet kryesore të e-commerce. Të shpjegojë se si ndikojnë faktorë të jashtëm dhe të brendshëm në planet dhe praktikat e e-commerce. Të shpjegojë çështje të e-commerce të lidhura me etikën, ligjin dhe shoqërinë. Të shpjegojë Çështje të lidhura me sigurinë dhe privatësinë e të dhënave. Të shpjegojë si ka ndikuar interneti në përmirësimin e komunikimit në botën e sotme. Të shpjegojë se si ka ndikuar interneti në marrëdhëniet e bizneseve me klientet. Të kuptojmë Marketingun Digital dhe Menaxhimin e Marrëdhënieve me Klientin.					
Konceptet Kryesore		Biznesi elektronik, tregëtia elektronike; modele biznesi (B2B; B2C; C2C); internet; website; shitje online, blerje online; pagesa elektronike; etika online; privatësia online; siguria online; marketingu digital; Menaxhim i Marrëdhënieve me Klientët;					
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Kapitulli 1: Hyrje në tregtinë elektronike (pjesa e parë) Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të përcaktojnë kuptimin dhe qëllimin e biznesit dhe tregëtisë elektronike dhe ndryshimin midis tyre, të shpjegojnë zhvillimin dhe rritjen e tregtisë elektronike, valët e ndryshme të e-commerce, shpjegojnë modelet e biznesit elektronik, modelet e të ardhurave dhe proceset e biznesit elektronik (Schneider, 2017, fq. 3-21)						
2	Kapitulli 1: Hyrje në tregtinë elektronike (pjesa e dytë) Studentët do të vazhdojnë me kapitullin përmes zbulimit të tregtisë elektronike: mundësitë, barrierat dhe shqetësimet: zinxhiri i vlerave të njësive strategjike të biznesit, zinxhirit të vlerave të industrisë, analiza SWOT: vlerësimi i mundësive të njësive të biznesit, natyra ndërkombëtare e tregtisë elektronike (Schneider, 2017, fq. 21-56)						
3	Kapitulli 3: Shitja në web (pjesa e parë) Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje: të plotësojnë një analizë të tregut në internet për të vlerësuar modele të ndryshme të të ardhurave për biznesin në internet: Modelet e të ardhurave të katalogut në web; Modelet e të ardhurave bazuar në tarifa për përmbajtje; Reklamimi si një model i të ardhurave; Modelet e të ardhurave nga tarifa për transaksion; Modelet e të ardhurave nga tarifa për shërbim; Falas për shumë, tarifë për disa; Modelet e të Ardhurave në Tranzicion; Çështjet e strategjisë së të ardhurave për bizneset online (Schneider, 2017, fq. 109-139)						

4	Kapitulli 3: Shitja në web (pjesa e dytë) Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të dizenojnë një prezencë efektive biznesi në internet përmes identifikimit të qëllimeve të prezencës në web, përdorshmërisë së faqes në internet, plotësimit të nevojave të vizitorëve të faqes së internetit, besimit dhe besnikërisë, testimit të përdorshmërisë, dizenjimi i faqes në internet me qendër klientin, përdorimi i webit për t'u lidhur me klientët (Schneider, 2017, fq. 139-160)
5	Kapitulli 4: Marketingu në web Pas përfundimit të këtij kapitulli studentët duhet të jenë në gjendje të hartojnë strategjitë e marketingut në web përmes: katër P-ve të marketingut, strategji të marketingut të bazuara në produkte dhe të bazuara në konsumatorë, segmentimit të tregut në web, reklamimit në web, marketingu me e-mail, menaxhimi i marrëdhënieve me klientin i bazuar te teknologjia, krijimi dhe ruajtja e markave në web, pozicionimi i motorit të kërkimit dhe emrat e domenit. (Schneider, 2017, fq. 161-214)
6	Kapitulli 5: Aktivitetet B2B: Përmirësimi i efikasitetit dhe zvogëlimi i kostove Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të vlerësojnë proceset e blerjeve, logjistikës dhe mbështetjes së biznesit, shkëmbimin elektronik të të dhënave, menaxhimin e zinxhirit të furnizimit duke përdorur teknologjitë e internetit, tregjet e biznesit në internet dhe rrjetet (Schneider, 2017, fq. 215-256).
7	Kapitulli 6: Rrjetet sociale, tregtia celulare dhe ankandet në internet Pas përfundimit të këtij kapitulli, studentët duhet të jenë në gjendje të kuptojnë kalimin nga komunitetet virtuale në rrjetet sociale: përdorimet e rrjeteve sociale për qëllime të biznesit, modelet e të ardhurave për faqet e rrjeteve sociale, tregtia mobile, ankandet në internet (Schneider, 2017, fq. 257-298).
8	Gjysëm - final
9	Kapitulli 7: Mjedisi i Tregtisë Elektronike: Çështjet ligjore, etike dhe taksat (pjesa e parë) Nëpërmjet këtij kapitulli studentët do të marrin njohuri për mjedisin ligjor të tregtisë elektronike: kufijtë dhe juridiksioni, juridiksioni në internet, konflikti i ligjeve, kontraktimi dhe zbatimi i kontratave në tregtinë elektronike; përdorimi dhe mbrojtja e pronësisë intelektuale në biznesin online: çështjet e të drejtës së autorit; çështjet e patentave; çështjet e markave tregtare; emrat e domeneve dhe çështjet e pronësisë intelektuale në internet; krimi në internet, terrorizmi dhe lufta (Schneider, 2017, fq. 299-327).
10	Kapitulli 7: Mjedisi i Tregtisë Elektronike: Çështjet ligjore, etike dhe taksat (pjesa e dytë) Nëpërmjet këtij kapitulli studentët do të marrin njohuri për etikën dhe praktikat e biznesit online, të drejtat dhe detyrimet e privatësisë, tatimet dhe tregtinë elektronike, tarifatat e importit, taksat mbi vlerën e shtuar të Bashkimit Europian (Schneider, 2017, fq. 328-354).
11	Kapitulli 10: Siguria e Tregtisë Elektronike (pjesa e parë) Nëpërmjet këtij kapitulli studentët do të marrin njohuri rreth çështjeve të sigurisë në internet, siguria kompjuterike dhe menaxhimi i rrezikut, elementet e sigurisë kompjuterike, siguria për pajisjet e klientit, cookies dhe gabimet në web, viruset, krimbat, dhe Software Antivirus, (Schneider, 2017, fq. 423-443).
12	Kapitulli 10: Siguria e Tregtisë Elektronike (pjesa e dytë) Nëpërmjet këtij kapitulli studentët do të marrin njohuri për: sigurinë e kanaleve të komunikimit, kërcënimet e fshehtësisë, kërcënimet e integritetit, zgjidhjet e kriptimit, kriptimi në shfletuesit e webit, siguria për kompjuterët server, organizatat që promovojnë sigurinë kompjuterike (Schneider, 2017, fq. 443-469).
13	Kapitulli 11: Sistemet e pagesave për tregtinë elektronike (pjesa e parë) Nëpërmjet këtij kapitulli studentët do të marrin njohuri për: sistemet e faturave dhe pagesave elektronike, mikropagesat dhe pagesat e vogla, avantazhet dhe disavantazhet e kartave të pagesave, paratë dixhitale, portofolet dixhitale (Schneider, 2017, fq. 473-489).
14	Kapitulli 11: Sistemet e pagesave për tregtinë elektronike (pjesa e dytë) Nëpërmjet këtij kapitulli studentët do të marrin njohuri për: portofolet dixhitale të bazuara në softwer dhe hardwer, teknologjitë e internetit dhe industrinë bankare, përpunimin e çekut, bankingun celular, kërcënimet e sistemit të pagesave: phishing dhe vjedhja e identitetit (Schneider, 2017, fq. 489-504).
15	Prezantimi i projektit
16	Provim Final

Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.
Literatura	• “Electronic Commerce”, Gary P. Schneider, Cengage, 12th edition, 2017
Referenca të tjera	• “Digital business and E-Commerce Management”, Dave Chaffey, Tanya Hemphill, David Edmundson - Bird 2019 • "E-commerce", Kenneth c. Laudon, Carol Guercio Traver, Prentice hall (13th edition) (2017).

Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat

1	Studentët do të jenë në gjendje të shpjegojnë kuptimin dhe rëndësinë e termave e-business dhe e-commerce; avantazhet dhe disavantazhet që sjell operimi i biznesit nëpërmjet internetit
2	Studentët do të jenë në gjendje të dallojnë modelet e ndryshme të e-business dhe e-commerce sipas mënyrës se si ato gjenerojnë të ardhura
3	Studentët do të jenë në gjendje të shpjegojnë çështje të lidhura me etikën, ligjin, sigurinë dhe privatësinë online
4	Studentët do të jenë në gjendje të evidentojnë mënyrat e reja të të bërit biznes dhe tregëti duke rritur efektivitetin, efikasitetin, dhe duke ulur kostot
5	Studentët duhet të jenë në gjendje të ideojnë një website duke përdorur strategjinë e bazuar në nevojat dhe kërkesat e konsumatorëve
6	Studentët duhet të kenë informacion të përditësuar në lidhje me mënyrat e reja të transaksioneve dhe pagesave online

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës

Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja
Gjysmë finale	1	30
Kuize	0	0
Projekte	1	20
Projekte semestrale	0	0
Punë laborator	0	0
Pjesëmarrja në mësim	1	10
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final		60
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final		40
Total		100

Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)

Aktivitetet	Sasia	Kohëzgjatja (orë)	Ngarkesa Totale (orë)
Kohëzgjatja e kursit (Duke përfshirë edhe javën e provimeve : 16x Orët totale të kursit)	16	4	64
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	2	28
Detyra	1	8	8
Gjysmë finale	1	10	10
Provimi final	1	15	15
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			125
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			5.00
ECTS			5.00