

Emri i Lëndës : E- Commerce							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
CMP 215	A	Vjeshtë	3.00	0.00	1.00	3.50	5.00
Lektori		Rexhion Qafa, Msc					
Asistenti		Alma Hyra, Msc					
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Bachelor					
Përshkrimi		Hyrje në terminologjinë e E-komerciale. Modele të ndryshme E-biznesi janë të shpjeguara dhe plotësohen me ushtrime dhe raste studimi. Marketingu dhe ana monetare mbulohet nga pikëpamja teknologjike.					
Objektivat		Studentët do të aftësohen që të kuptojnë konceptet themelore, metodologjinë dhe teknikat e mundshme për ndërtim sistemesh komerciale efektive.					
Konceptet Kryesore							
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Hyrje në e-commerce						
2	Modelet dhe konceptet e biznesit në e-commerce						
3	Infrastruktura e-commerce: internet, web, dhe platforma mobile						
4	Ndertimi i një pamje e-commerce: web sites, mobile sites, dhe aplikacione						
5	Sistemet e sigurisë dhe pagesave e-commerce						
6	Konceptet e marketingut e-commerce dhe reklamave						
7	Marketingu social, mobile, dhe lokal						
8	Provimi gjysmefinal						
9	Çështjet etike, sociale, dhe politike ne e-commerce						
10	Shërbime dhe shitje me pakicë online						
11	Permbajtja dhe media online						
12	Rrjetet sociale, ankandet dhe portalet						
13	Rrjetet sociale, ankandet dhe portalet						
14	B2B e-commerce: menaxhimi i zinxhirit të furnizimit dhe tregtia bashkëpunuese						
15	Rishikim, Raste e-commerce						
16	Provimi final						

Parakushtet	Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.		
Literatura	• E-commerce 2014 (2014). Kenneth c. Laudon, Carol Guercio Traver (10th edition). Prentice hall, isbn 978-0-13-302444-9 • E-commerce 2017 (2017). Kenneth c. Laudon, Carol Guercio Traver (13th edition). Prentice hall, 978-1-292-21168-8		
Referenca të tjera	• Ekonomia dixhitale: e-business & e-commerce, Alma Deda (Stana), Grand Prind, Tiranë, 2016		
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat			
1	Të kuptuarit të ndryshimit mes tregtisë elektronie dhe tregtisë tradicionale.		
2	Dallimi midis marketingut tradicional dhe fushatave të e-marketingut.		
3	Analizimi dhe krahasimi i transaksioneve monetare.		
4	Propozimi i ideve të orientuara në e-biznes dhe puna për shnderrimin në e-komerciale të saj.		
Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme		Sasia	Përqindja
Gjysmë finale		1	40
Kuize		0	0
Projekte		0	0
Projekte semestrale		0	0
Punë laborator		0	0
Pjesëmarrja në mësim		1	10
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			50
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			50
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	3	42
Detyra	0	0	0
Gjysmë finale	1	9	9
Provimi final	1	10	10
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			125
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			5.00
ECTS			5.00