

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		Elda Dollija, PhD					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
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 modelin e komunikimit online dhe realizimin e blerjeve online					
Objektivat		Të shpjegojë kuptimin dhe rëndësinë e e-business Të shpjegojë modelet kryesore të e-business Të shpjegojë se si ndikojnë faktorë të jashtëm dhe të brendshëm në planet dhe praktikën e e-business Të shpjegojë çështje të e-business 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					
Konceptet Kryesore		e-commerce, e-business, B2B, B2C, C2C, ICT, Internet, blerje online, shtije online, website, pagesa elektornike, e-banking, komunikimi online, privatesia online, siguria online, mashtrime online.					
Programi i Lëndës							
Java	Tema						
1	Eksplorimi i botës së e-biznesit dhe e-commerce. Kjo temë përcakton termat E-biznes dhe E-commerce dhe ndryshimin ndërmjet tyre. Tema shpjegon trendin e ri të të bërit biznes dhe tregtimit përmes lehtësive të ofruara nga TIK (Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit). Tema gjithashtu trajton elementët përbërës të e-biznesit dhe e-commerce, organizimin e burimeve si dhe avantazhet dhe disavantazhet e e-biznesit. (fq. 1-7)						
2	Eksplorimi i botës së e-biznesit dhe e-commerce (në vazhdim) Kjo temë trajton infrastrukturën e e-biznesit dhe e-commerce duke ilustruar me ndërkombëtare. Tema gjithashtu shpjegon zbatimin e strategjive të e-biznesit në Menaxhim, Marketing dhe Financa dhe një histori të shkurtër të zhvillimit të e-biznesit. (fq. 7-17)						
3	Modelet bazë të e-biznesit. Kjo temë trajton modelet bazë të e-biznesit: Business to Business (B2B); Business to Consumer (B2C); Consumer to Consumer (C2C); Consumer to Business (C2B); Government to Business (G2B); Business to Government (B2G); Government to Consumer (G2C); (pp.17-24)						
4	Modele të tjera të e-biznesit. Tema e mëposhtme studion modele të tjera të e-biznesit sipas mënyrës se si ato krijojnë të ardhura: Brokerage; Advertising; Auctions; Subscription, pay-per-year, Membership; Infomediary, Portals, Communities (social media). (pp. 25-35)						
5	Çështjet e etikës në internet. Në këtë temë do të diskutohet një skemë për të kuptuar sjelljen etike në internet; sjellja në mjediset sociale në internet; faktorët që ndikojnë në vendimmarrjen etike dhe çështjet e konfidencialitetit (fq. 36-46)						
6	Privatësia e të dhënave. Tema merret me privatësinë dhe kontrollin në internet, çështjet e privatësisë dhe ligjet dhe udhëzimet e privatësisë në internet. (fq. 46-59)						

7	Siguria e të dhënave. Tema shpjegon konceptin e të dhënave në internet dhe sigurisë së rrjetit dhe enkriptimit të të dhënave. Tema trajton gjithashtu çështjet e të drejtave të autorit, si dhe rregullat dhe taksat e qeverisë. (fq. 59-71)
8	Provimi gjysmefinal
9	Krimet kompjuterike. Tema ka të bëjë me krimin kibernetik. Agjentët, viruset dhe antiviruset, muret e zjarrit dhe mesazhet e padëshiruara. (fq. 71-92)
10	Faktorët që ndikojnë në biznesin elektronik - forcat e mjedisit të jashtëm. Kjo temë do të trajtojë faktorët e jashtëm mjedisor që ndikojnë në e-bizneset si: Globalizimi, faktori socio-kulturor; Faktorët demografikë; Faktori politiko-juridik; Faktorët ekonomikë; Konkurrenca dhe Faktori Teknologjik. (fq. 92-108)
11	Faktorët që ndikojnë në biznesin elektronik - forcat e mjedisit të brendshëm. Tema analizon se si faktorët e brendshëm të mjedisit ndikojnë në e-bizneset: forcat e menaxhimit dhe struktura organizative; Burime Njerzore; Ndikimi i informacionit dhe njohurive; Ndikimi financiar. (fq. 108-118)
12	Kuptimi i procesit të komunikimit online. Kjo temë shpjegon kuptimin e procesit të komunikimit online. Tema shpjegon modelin e komunikimit online me elementet e komunikimit online. Tema trajton edhe procesin e organizimit të blerjeve online të konsumatorëve dhe organizatave dhe shpjegon hapat nëpër të cilat kalon vendimi për blerje online. (fq. 118-128)
13	Kuptimi i procesit të komunikimit online. Kjo temë trajton faktorët që ndikojnë në vendimin për blerje online (faktorët personalë, socialë, psikologjikë). Ai gjithashtu trajton burimet e ndikimit në sjelljen e konsumatorëve dhe vendimet e blerjeve në internet. Tema trajton edhe teoritë për të kuptuar një sjellje të momentit online: Teoria e vlerës së pritshme; Teoria e Veprimit të Arsyeshem; Teoritë vetërregulluese të sjelljes. (fq. 128-137)
14	E-banking. Kjo temë teorikisht trajton konceptin e bankut elektronik. Kjo literaturë shpjegon llojet e e-banking; metodat e e-banking; elementet e e-banking dhe Sistemit Elektronik të Pagesave (SEP). (fq. 137-150)
15	Përsëritje dhe Prezantim Projektsh
16	Provimi final
Parakushtet	
Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.	
Literatura	
• Elda Dollija – cikël leksionesh “E-business dhe e-commerce”, 2020	
Referenca të tjera	
• E-commerce 2017 (2017). Kenneth c. Laudon, Carol Guercio Traver (13th edition). Prentice hall, 978-1-292-21168-8 • “Digital business and E-Commerce Management”, Dave Chaffey, Tanya Hemphill, David Edmundson - Bird 2019	
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
3	Studentët do të jenë në gjendje të shpjegojnë çështje të lidhura me etikën, sigurinë dhe privatësinë online.
4	Studentët do të jenë në gjendje të shpjegojnë se si ndikojnë faktorët e jashtëm dhe të brendshëm në planet dhe praktikatat e e-business dhe e-commerce.
5	Studentët do të jenë në gjendje të shpjegojnë se si ka ndikuar interneti në përmirësimin e komunikimit në botën e sotme 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	1	10	
Pjesëmarrja në mësim	0	0	
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	1	14
Detyra	2	9	18
Gjysmë finale	1	16	16
Provimi final	1	22	22
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			134
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			5.36
ECTS			5.00