

Предметна програма од втор циклус студии				
1.	Наслов на наставниот	Електронски бизнис		
2.	Код	ПР4202		
3.	Студиска програма	Претприемништво		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт, Скопје, УКИМ		
5.	Степен (прв, втор, трет)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	2017/2018 2 семестар	7.	Број на ЕКТС 5
8.	Наставник	Проф. д-р Татјана Петковска-Мирчевска Проф. д-р Зоран Јаневски		
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус студии (240 кредити)		
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на предметот е студентите да се стекнат со знаења, вештини и ставови потребни за разбирање и управување на новата интернет-базирана бизнис околина. За таа цел фокус е ставен на клучните прашања и стратегии за успешно воведување и менаџирање на системите за електронски бизнис и електронска трговија.</p> <p>Оспособен за (компетенции):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Запознавање на со основните менаџерски аспекти на електронската трговија - Осознавање на иновативните можности кои електронската трговија ги нуди на големите корпорации, малите и средни претпријатија и владините институции и непрофитни организации - Способност за идентификување на потребните критични ресурси за реализирање на активности во доменот на онлајн маркетинг-истражувањето и маркетинг истражувањето преку Интернет - Креирање на множество од критериуми за проценка на клучните можности, ограничувања, отворени прашања и ризици кои ги носи имплементирањето на системите за електронски бизнис и електронска трговија - Знаење за решенија за интеграција на Интернет-базираните системи и нивна поддршка на претпријатијата во процесот на управување со нивните синџири за набавки 			

11.	Содржина на предметната програма:			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основни поими кај електронската трговија 2. Електронски пазари 3. B2C електронска трговија - Електронска малопродажба 4. Стратегии за електронска трговија 5. Стартување на успешен онлајн бизнис 6. Онлајн маркетинг истражување 7. Интернет маркетинг 8. B2B електронска трговија 9. Иновативни системи за е-трговија 10. Динамичко тргување: електронски аукции 11. Електронски системи за плаќање 			
12.	Методи на учење: Наставата се изведува во облик на предавања со дискусии, со интерактивни методи кои вклучуваат самостојни задачи на студентите, презентации и друго.			
13.	Вкупен расположлив фонд на време	15 недели 5 ЕКТС x 30 часови = 150 часови		
14.	Распределба на расположливо време	15+15+120 = 150 часови		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	15 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	45 часови
		16.3.	Домашно учење	45 часови
17.	Начин на оценување			
	17.1.	Тестови		60 бодови
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација: писмена и усна)		30 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	до 61 бода	5 (пет) (F)	
		од 61 до 68	6 (шест) (E)	
		од 69 до 76	7 (седум) (D)	
		од 77 до 84	8 (осум) (C)	
		од 85 до 92	9 (девет) (B)	
		од 93 до 100	10 (десет) (A)	

19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		Редовност на настава и вежби, проектна задача			
20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик			
21.	Метод на следење на квалитетот на		Механизми на интерна евалуација			
22.	ЛИТЕРАТУРА					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Лаудон Кенет К., Травер Герсио Карол	Електронска трговија: бизнис, технологија, општество (превод од Влада)	Арс Ламина	2010
		2.	Лаудон Кенет К., Лаудон Џејн П.	Менаџмент на информациски системи: управување со дигитална компанија (превод од Влада)	Арс Ламина	2010
		3.	Јаневски Зоран	Претприемништво и електронска трговија	Економски институт - Скопје	2013
		4.	Секуловска Н., Башевска М., Петковска Мирчевска Т.	Маркетинг истражување преку Интернет	Економски факултет, Скопје	2003
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Efraim Turban, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, Deborrah C. Turban	Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective	Springer International Publishing	2015
		2.	Јаневски Зоран	Електронска трговија: Можности и перспективи за малите и средни претпријатија	Економски институт - Скопје	2008

		3.	Шајноски З.,	Промоцијата преку Web страници како значаен елемент на директниот маркетинг	Матица македонска	2008
--	--	----	--------------	-----------------------------------------------------------------------------	-------------------	------