

Предметна програма од втор циклус студии				
1.	Наслов на наставниот предмет	Електронски бизнис		
2.	Код	ПР201/2023		
3.	Студиска програма	Претприемништво		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт - Скопје, УКИМ		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	2023/2024	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 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 Интернет маркетингот и онлајн маркетинг истражувањето. - 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.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <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.	<p>Методи на учење: Наставата се изведува во облик на предавања со дискусии, со интерактивни методи кои вклучуваат самостојни задачи на студентите, презентации и друго.</p>			
13.	Вкупен расположлив фонд на време	15 недели 5 ЕКТС x 30 часови = 150 часови Неделен фонд на часови (1+1)		
14.	Распределба на расположливо време	12 недели + 3 недели консултации 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.	Семинарска работа	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 бода		6 (шест) (E)
			од 69 до 76 бода		7 (седум) (D)
			од 77 до 84 бода		8 (осум) (C)
			од 85 до 92 бода		9 (девет) (B)
			од 93 до 100 бода		10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		<i>Редовност на настава и вежби, проектна задача</i>		
20.	Јазик на кој се изведува наставата		<i>Македонски јазик</i>		
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата		<i>Механизми на интерна евалуација</i>		
22.	ЛИТЕРАТУРА				
22.1.	Задолжителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Kenneth Laudon, & Jane Laudon	Management Information Systems: Managing the Digital Firm	Pearson	2020
	2.	Simon Kinsnorth	Digital marketing strategy-an integrated approach to online marketing	Kogan page	2019
	3.	Зоран Јаневски	Претприемништво и електронска трговија	Економски институт – Скопје	2013
4.	Лаудон Кенет К., Травер Герсио Карол	Електронска трговија: бизнис, технологија, општество	Арс Ламина	2010	
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.	Секуловска Н, Башевска М, Петковска Мирчевска Т.	Маркетинг истражување преку Интернет	Економски факултет Скопје, УКИМ	2003
	3.	Kenneth C. Laudon and Carol Guercio	E-commerce 2021: business. technology. society.	Pearson Education	2022