



SYLLABUS I LËNDËS: E-BIZNESI

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	E-Biznesi
Programi:	Administrim Biznesi
Niveli:	Master (MSc)
Statusi lëndës:	Obligative (O)
Viti i studimeve:	Viti 2 / Semestri 3
Numri i orëve në javë:	2 + 1
Vlera në kredi - ECTS:	5 ECTS
Koha / lokacioni:	Do të shpallet
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof. Ass. Dr. Kushtrim Gashi
Të dhënat kontaktuese:	kushtrim.gashi@uni-prizren.com
Përshkrimi i lëndës:	<p>Kjo lëndë e nivelit master merret me integrimin strategjik të e-biznesit në organizatat moderne. Ajo shqyrton modelet e e-biznesit, angazhimin e klientëve në internet, marketingun dixhital dhe përdorimin taktik të teknologjisë si një avantazh konkurrues. Duke analizuar studimet e rasteve të botës reale, studentët do të vlerësojnë implikimet etike dhe ligjore të e-biznesit dhe do të zhvillojnë strategji për të promovuar përfitimin e sipërmarrjeve dixhitale. Pas përfundimit me sukses të kësaj lënde, studentët do të kenë njohuritë dhe aftësitë e nevojshme për të udhëhequr iniciativat e e-biznesit dhe nxitjen e inovacionit në një sërë organizatash.</p>
Qëllimi i lëndës:	<p>Qëllimi i kësaj lënde është t'u mundësojë studentëve të arrijnë një nivel më të lartë të të mësuarit njohës duke zotëruar idetë, teknikat dhe aplikimet e plota të e-biznesit. Deri në fund të kësaj lënde, studentët do të demonstrojnë zotërimin e tyre të koncepteve dhe taktikave të e-biznesit duke analizuar, vlerësuar dhe gjetur zgjidhje origjinale për problemet e e-biznesit duke përdorur aftësitë e tyre të të menduarit kritik. Objektivat kryesore janë: Njohja dhe të kuptuarit e mjedisit të sotëm të biznesit; aplikimi dhe vlerësimi i planeve të marketingut dixhital; operacionet e e-commerce dhe strategjitë e angazhimit të klientëve; sintetizimi dhe vlerësimi i ndikimit të e-biznesit në modelet tradicionale të biznesit; dhe formulimi i zgjidhjeve të drejtuara nga të dhënat.</p>
Rezultatet e të nxënit:	<p>Pas përfundimit të kësaj lënde, studentët do të jenë në gjendje të:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Përcaktojnë termat thelbësorë që lidhen me biznesin elektronik, si angazhimi i klientëve në internet, taktikat e marketingut dixhital dhe modelet e e-biznesit.▪ Shpjegojnë marrëdhëniet ndërmjet strategjive të e-biznesit, qëllimeve organizative dhe avantazhit konkurrues.▪ Zbatojnë strategjitë e e-biznesit në situata specifike, si zhvillimi i taktikave të marketingut dixhital.▪ Analizojnë se si biznesi elektronik ndikon në strukturat dhe fushat e kompanisë.▪ Vlerësojnë avantazhet dhe disavantazhet e modeleve dhe taktikave të ndryshme të e-biznesit.



Ngarkesa e studentit (duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	2	15	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike	1	10	10
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	1	5	5
Ushtrime në terren	/	/	/
Kollokfiume, seminare	1	5	5
Detyratë e shtëpisë	1	10	10
Koha e studimit vetanëk të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	2	15	30
Përgatitja përfundimtare për provim	1	10	10
Koha e kaluar në vlerësim (teste, kuis, provim final)	1	5	5
Projektet, prezantimet, etj	1	5	5
Totali			125 orë (5 ECTS)
Metodologjia e mësimdhënies:	Ligjërata, seminare interaktive, detyra për vetë-studim dhe lexim, kuize periodike, projekte hulumtuese për aplikim praktik të lëndës dhe raste studimore.		
Metodologjia e vlerësimit:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pjesëmarrja e rregullt dhe aktive në ligjerata dhe ushtrime: 10%, ▪ Provimi i mesit të semestrit: 30%, ▪ Projekti i lëndës: 30%, ▪ Provimi i fundit të semestrit: 30%. 		
Literatura			
Literatura primare:	<p>Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). <i>Digital Business and e-commerce management</i> (7th ed.). Pearson Education Limited, United Kingdom. ISBN-13: 9781292193335</p> <p>Combe, C. (2006). <i>Introduction to e-business: Management and strategy</i> (1st ed.). Butterworth-Heinemann - Elsevier. ISBN: 9780750667319</p> <p>Doçi, I. (2014). <i>E-biznesi</i> (1st ed.). Dispensë - Prishtinë.</p> <p>Ligjërata të përpunuara nga mësimdhënësi. Mund të shfrytëzohen edhe libra tjerë që janë në përputhje me planprogramin e lëndës. Preferohet literaturë e botuar në pesë vitet e fundit.</p>		
Literatura shtesë:	<p>Bovee, C. L., & Thill, J. V. (2019). <i>Business Communication Essentials: Fundamental Skills for the Mobile-Digital-Social Workplace</i> (8th ed.). Pearson Education. ISBN-13: 9780136878759</p> <p>Erl, T., & Stoffers, R. (2022). <i>A Field Guide to Digital Transformation</i> (1st ed.). Pearson Education, Inc. ISBN-13: 9780137571918</p> <p>Jones, L., & Powar, B. S. (2022). <i>Going digital: What it takes for smoother transformations</i>. Pearson Education. ISBN-13: 9781292375670</p>		



	<p>Lee, G. (2014). <i>E-commerce, e-business and E-service: Proceedings of the 2014 International Conference on E-commerce, e-business and E-service (EEE 2014), Hong Kong, 1-2 May 2014</i> (Vol. 1). CRC Press/Balkema Book. ISBN: 9781138026469</p> <p>Phillips, J. (2017). <i>Building a digital analytics organization</i> (1st ed.). Pearson Education. ISBN-13: 9780134778037</p>
--	--

Plani i dizajnuar i mësimit:		
Java	Ligjërata	Ushtrime
Java e parë:	Hyrje në konceptet dhe parimet e biznesit elektronik <i>Përkufizimi i E-biznesit; Zhvillimi i ekonomisë së re; Llojet e E-biznesit dhe industritë e tij; Business-to-business (B2B); Business-to-consumer (B2C); Consumer-to-consumer (C2C).</i>	Aktiviteti: <i>Identifikimi i faktorëve për rritjen e e-biznesit.</i> Studim i Rastit: <i>Amazon.com; Pionier në E-Biznes dhe E-Commerce.</i>
Java e dytë:	Teknologjia e biznesit elektronik <i>Zhvillimi i internetit në nevojat biznesore; World Wide Web (WWW); Kuptimi i infrastrukturës së informacionit; Teknologjia wireless; Sistemi i pagesave.</i>	Aktiviteti: <i>Rolet e institucioneve financiare në transaksionet elektronike.</i> Studim i Rastit: <i>Teknologjitë kryesore që kanë kontribuar në rritjen dhe komercializimin e internetit.</i>
Java e tretë:	Tregjet dhe modelet e e-biznesit <i>E-bizneset; Mjedi i E-biznesit; Tregjet elektronike; Modelet e E-biznesit; Korniza për analizën e modeleve të E-biznesit; Vazhdimi i inovacionit dhe shtimit të vlerës.</i>	Aktiviteti: <i>Shembuj të tregjeve elektronike B2B dhe B2C dhe veçoritë e tyre specifike.</i> Studim i Rastit: <i>e-Bay; faqja më e suksesshme e ankandëve online në botë.</i>
Java e katërt:	Ekonomiksi i e-biznesit <i>Drejt konkurrencës perfekte; Efekti i internetit në mjedisin konkurrues; Ekonomia e informacionit; Ekonomia e shkallës; Kostot e transaksionit; Kostot e ndryshimit.</i>	Aktiviteti: <i>Shembuj të industrive të transformuara nga internet.</i> Studim i Rastit: <i>Si teknologjitë dixhitale mund të zvogëlojnë kostot e prodhimit dhe shpërndarjes?</i>
Java e pestë:	E-marketingu <i>Marketingu i internetit; Plani i e-marketingut; Mjedi i e-marketingut; Auditimi i e-marketingut; Reklama në internet; Shënjestrimi i konsumatorëve në internet.</i>	Aktiviteti: <i>Efektiviteti i metodave të reklamimit në internet në arritjen e audiencave specifike të synuara.</i> Studim i Rastit: <i>Reklamimi në internet dhe menaxhimi i marrëdhënieve me klientët.</i>
Java e gjashtë:	Interneti: ligji, privatësia, besimi dhe siguria <i>Interneti dhe ligji; E-Biznesi në Kosovë; Kontratat; Transaksionet online dhe legjislacioni i Bashkimit Evropian; Pronësia intelektuale; Markat tregtare; E drejta e autorit; Privatësia; Besimi; Siguria.</i>	Aktiviteti: <i>Shembuj të shqetësimeve të privatësisë.</i> Studim i Rastit: <i>Kërcënimet e zakonshme të sigurisë në mjedisin online, si viruset dhe phishing.</i>
Java e shtatë:	Menaxhimi i e-biznesit <i>Menaxhimi i dijës; Teknologjia për menaxhimin e dijës; Menaxhimi i sistemeve të aplikacioneve për e-biznes; Shkathësitë menaxhuese për e-biznes.</i>	Përsëritje për Kollokviumin I - Testi i mes-semestrit.
Java e tetë:	Kollokviumi I - Testi i mes-semestrit dhe prezantimet e projekteve.	Aktiviteti: <i>Analiza e praktikave të menaxhimit të njohurive brenda një organizate dhe rekomandimet për përmirësime.</i>



<i>Java e nëntë:</i>	Strategjia e e-biznesit <i>Menaxhimi strategjik dhe përcaktimi i objektivave; Procesi strategjik; Analiza e brendshme; Analiza e zingjirit të vlerës; Zingjiri i vlerës së e-biznesit; Analiza e jashtme; Fuqia e negocimit të blerësve; Fuqia e negocimit të furnitorëve; Strategjitë konkurruese për e-biznesin; Lidershipi i Kostos.</i>	Aktiviteti: <i>Kornizat e menaxhimit strategjik për të vendosur objektiva SMART (Specifik, të Matshëm, të Arritshëm, Relevante dhe e kufizuar në kohë).</i> Studim i Rastit: <i>Përshtatshmëria e strategjive të ndryshme konkurruese për skenarë specifikë të e-biznesit.</i>
<i>Java e dhjetë:</i>	Strategjia e e-biznesit - Zbatimi: <i>Kontrollet strategjike; Të mësuarit organizativ; Marrja, krijimi, përhapja dhe aplikimi i njohurive; Kultura organizative dhe e-biznesi; Struktura organizative dhe e-biznesi; Menaxhimi i ndryshimit; Menaxhimi i rezistencës; Zbatimi; Matja dhe vlerësimi; Mësimi i vazhdueshëm.</i>	Aktiviteti: <i>Si kontribuon të mësuarit organizativ në përshtatjen dhe inovacionin e nevojshëm për suksesin e e-biznesit?</i> Studim i Rastit: <i>Strategjitë për të nxitur një kulturë organizative të favorshme për inovacionin.</i>
<i>Java e njëmbëdhjetë:</i>	Strategjia e e-biznesit - Vlerësimi <i>Procesi i vlerësimit; Kontrolli dhe vlerësimi organizativ; Vlerësimi financiar; Vlerësimi i teknologjisë, burimeve njerëzore, faqes në internet, modelit të biznesit dhe strategjisë së e-biznesit.</i>	Aktiviteti: <i>Strategjitë e adoptimit të teknologjisë në përputhje me qëllimet e e-biznesit.</i> Studim i Rastit: <i>Qëndrueshmëria financiare e strategjive të e-biznesit.</i>
<i>Java e dymbëdhjetë:</i>	Krijimi dhe ruajtja e një avantazhi konkurrues <i>Konkurrenca efektive; Hartimi i planit të biznesit; Dizajni uebfaqes me cilësi të mirë; Krijimi i markës (brendit); Promovimi i uebfaqes; Sigurimi i përshtatshmërisë teknologjike; Problemi i ruajtjes së avantazhit konkurrues.</i>	Aktiviteti: <i>Faktorët që ndikojnë në konkurrencë në tregun dixhital.</i> Ese: <i>Roli i AI në zhvillimin e E-biznesit.</i>
<i>Java e trembëdhjetë:</i>	E ardhmja e E-biznesit <i>Fazat kryesore dhe perspektivat e mundshme të ardhshme për E-Biznesin (2023 e tutje); Performanca e biznesit elektronik; Zhvillimi i teknologjive të reja; Aplikacionet e reja biznesore të internetit.</i>	Aktiviteti: <i>Gatishmëria e një organizate për t'iu përshtatur ndryshimeve të ardhshme në mjedisin e e-biznesit.</i> Ese: <i>Parashikimi i skenarëve të mundshëm të ardhshëm për e-biznesin.</i>
<i>Java e katërbëdhjetë:</i>	Roli i AI në zhvillimin e E-biznesit <i>Transformimi i mjedisit Dixhital; Përdorimi i inteligjencës artificiale për rritjen e e-biznesit; Qëndrueshmëria e AI dhe e-biznesit: tendencat dhe mundësitë; Vendimmarrja e Përmirësuar nga AI në E-Biznes.</i>	Përsëritje për Kollokviumin II - Testi i fund-semestrit Ese: <i>Modeli i Biznesit në Facebook për E-Biznesin; Si gjeneron të ardhura Facebook dhe cili është burimi kryesor i të ardhurave.</i>
<i>Java e pesëmbëdhjetë:</i>	Kolokiumi II - Testi në fund-semestrit dhe prezantimet e projektit.	Prezantimet e projekteve.

Politikat akademike dhe kodi i sjelljes

- Për çdo temë mësimore nxënësit do të pajisen me materialet e nevojshme në gjuhën shqipe.
- Ndjekja e rregullt dhe e përpiktë e ligjëratave, përveç nëse ka arsye të vlefshme për mungesë.
- Përgatitja para ndjekjes së ligjëratave për të marrë pjesë aktive në diskutime.
- Respektimi i Kodit të Etikës, duke përfshirë respektimin e mësuesit dhe studentëve të tjerë duke dëgjuar me vëmendje, duke shmangur sjelljet përçarëse dhe duke u përmbytur nga bisedat anësore.
- Angazhimi me materialin duke mbajtur shënime dhe duke kërkuar sqarime kur është e nevojshme.
- Përfundimi i detyrave dhe ushtrimeve në kohë dhe përmbyshja e afateve të përcaktuara nga profesori.
- Përdorimi i teknologjisë me përgjegjësi duke siguruar që pajisjet si laptopët ose tabletët të përdoren vetëm për aktivitete të lidhura me lëndën.
- Ruajtja e integritetit akademik duke mos mashtruar apo bërë plagjiaturë në teste, provime apo detyra.
- Bartja dhe shfaqja e ID studentor gjatë provimeve është e detyrueshme.
- Përdorimi i celularëve në klasë është i ndaluar, përveç nëse është për qëllime studimi, mjekësore ose si mbështetje për studentët me nevoja të veçanta.