1.	**Наслов на наставниот предмет**	**Предметна програма од прв циклус на студии Е-бизнис дистрибутивни канали**			
2.	**Код**	**EBU 450**			
3.	Студиска програма	Е-бизнис			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно - институт, катедра, оддел)	Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје Економски факултет - Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв			
6.	Академска година /семестар	Четврта година/летен семестар	7.	Број на ЕКТС-кредити	7,5
8.	Наставник	Проф. д-р Лидија Пулевска Ивановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Нема			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на предметната програма Е-бизнис дистрибутивни канали е да им овозможи на студентите да се стекнат со продлабочени знаења од областа на е-бизнис дистрибутивните канали и со специфични вештини за примена на ова знаење во практиката. За остварување на овие цели, предметната програма ќе ги обработи теоретските аспекти на е-бизнис дистрибутивните канали, а потоа ќе се фокусира на нивната практична примена. По завршувањето на наставата и положувањето на овој предмет, студентите треба да бидат способни да: • ја разберат улогата, природата и различноста на различните дистрибутивни канали во е-бизнис окружување; • ги идентификуваат и разберат ситуациите, условите и окружувањето во кои функционираат различните дистрибутивни канали; • советуваат за насоката, целта и севкупната ориентација на компанијата кон користење на повеќе дистрибутивни канали, преку земање предвид на сопствените производи/ услуги, клиентите и информациските технологии; • користат платформи за електронска трговија за креирање онлајн продавници.				
11.	Содржина на предметната програма: Предметот ги запознава студентите со основните концепти, дефиниции и окружувањето на е-бизнис дистрибутивните канали. И во B2C и B2B сегментот, клиентите, сè повеќе користат онлајн канали за купување и набавка. Свесни за овој тренд, компаниите во голем број на индустрии се движат кон „brick and click” стратегии на дистрибуција за да ги привлечат, зголемат и задржат овие ново стекнати клиенти преку повеќе е-бизнис дистрибутивни канали. Во рамките на предметот ќе бидат обработени структурата и функциите на е-бизнис дистрибутивните канали; дизајнирање на каналите; проток на каналите и анализа на ефикаснота; густина на кналите; избор на е-бизнис дистрибутивни канали; трговија на мало во електронска трговија; платформи за електронска трговија за креирање онлајн продавници.				
12.	Методи на учење: Предавања со презентации, интерактивни предавања, тимска работа, гостин на предавања, студии на случај, изработка и презентација на проектна задача.				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7,5 ЕКТС x 30 часови = 225 часови			
14.	Распределба на расположивото време	60+30+30+15+90 = 225 часови			

15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава	60 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториумски), семинари, тимска работа	30 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	15 часови
		16.3.	Домашно учење – задачи	90 часови
17.	Начин на оценување		60+30+10 = 100 бода	
	17.1.	Тестови		60 бодови
	17.2.	Индивидуална работа/проект (презентација: писмена и усна)		30 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)		до 50 бода	5 (пет) (F)
			51 х до 60 бода	6 (шест) (E)
			61 х до 70 бода	7 (седум) (D)
			од 71 до 80 бода	8 (осум) (C)
			од 81 до 90 бода	9 (девет) (B)
			од 91 до 100 бода	10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и за полагање завршен испит		Реализирани активности	
20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик, англиски јазик	
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Интерна евалуација и анкета	

22. Литература

Задолжителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Turban E., King D., Kyu Lee J, Liang T.P., Turban D.	Electronic Commerce: A Managerial Perspectives	Springer	2015
2.	Лаудон, Кенет К. Травер Герсио, Карол	Електронска трговија : бизнис,технологија, општество	Арс Ламина	2010

Дополнителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Coughlan, Anne T., Anderson E., Stern Louis W., El-Ansary Adel I.	Marketing channels	Pearson education, Inc.	2006