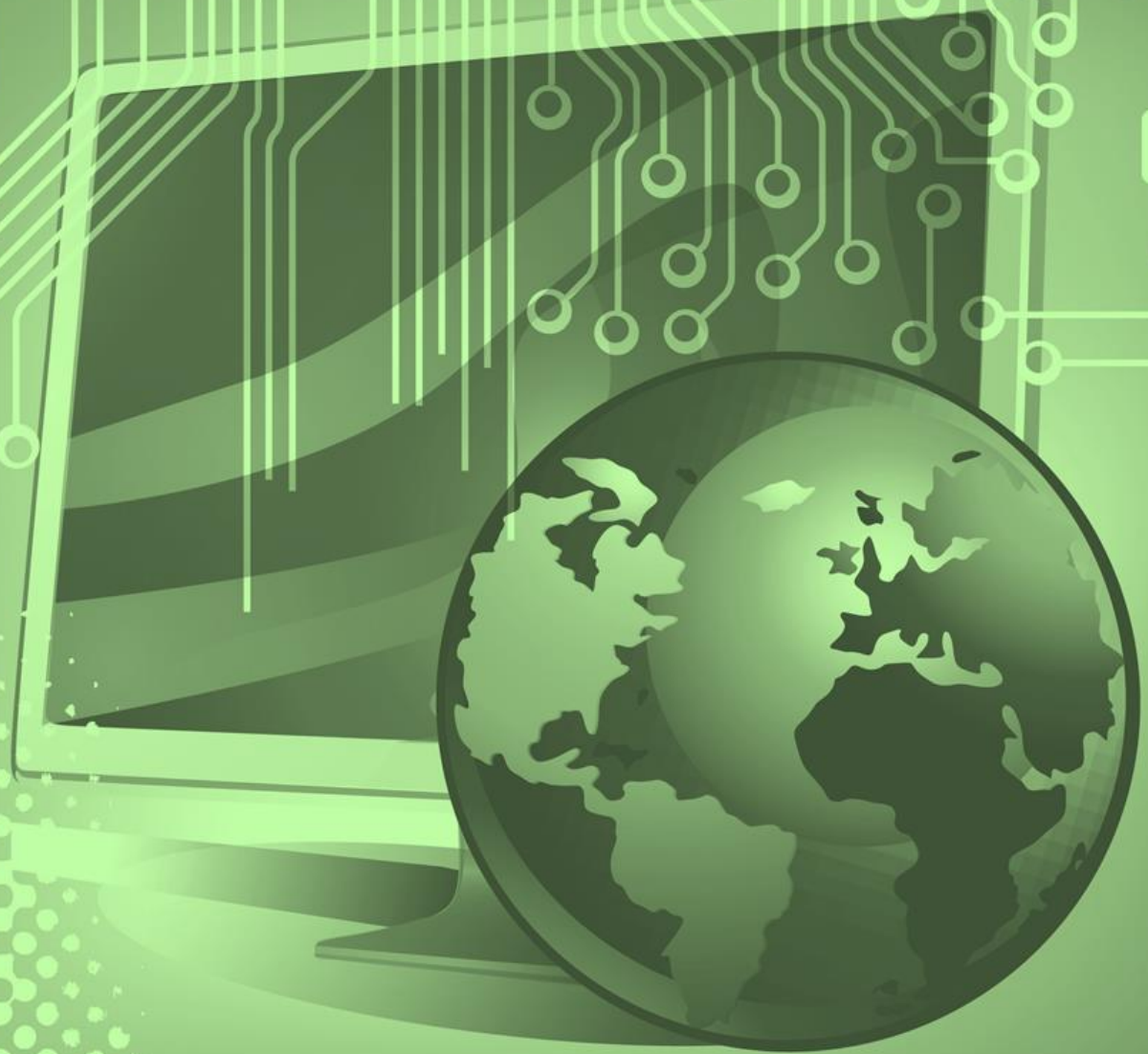


Д-р Златко Бежовски



# Е-Бизнис

Практикум

Д-р. Златко Бежовски

# **Е-Бизнис**

Практикум

2016

## Е-Бизнис Практикум

### Содржина:

Студии на случај.....	5
Чоколади онлајн - Chocolatevault.com .....	6
Позадини за MySapce - WhateverLife.com.....	8
Нарачка на храна од локални ресторани: Campusfood.com.....	10
Купи лаптоп онлајн: DELL компјутери .....	12
Amazon.com - модел на онлајн продавница .....	14
eBay.com онлајн аукциски модел.....	16
Кажи своја цена: PriceLine.com .....	17
MeetTutors.com – Најди татор онлајн .....	18
Веб рекламирање: Procter & Gamble.....	20
Бесплатни веб икони: Dryicons.com.....	23
Апликација за спортисти - SportyPal.com .....	26
Проектна задача (Креирање и промоција на Сајт) .....	28
Генерирање на идеи.....	29
Чекори и насоки за изработка на Проекта задача.....	35
Вежба 1: Креирање на линк .....	37
Вежба 2: Онлајн Истражување .....	39
Вежба 3: Креирање на веб сајт на платформата Blogger.com .....	41
Joomla - Систем за менаџмент на содржини .....	42
Вежба 4: Објавување на содржини (текстови) на сајтот.....	43
Вежба 5: Додавање елементи на блогот (сајтот) .....	47
Вежба 6: Веб статистика и аналитика .....	50
Вежба 7: Додавање на уредници (автори) на вашиот блог .....	54
Вежба 8: Приходна програма на Google AdSense.....	55
Вежба 9: Продажба на маици (со ваш дизајн) на CafePress.com.....	57

## Е-Бизнис Практикум

---

Вежба 10: Поставување на влезни линкови. ....	61
Маркетинг во виртуелни заедници.....	64
Вежба 11: (Fun Page на Facebook.) .....	64
Вежба 12: (Микро блог на Twitter).....	65
Вежба 14: (Вашиот блог на Digg.com) .....	66
Библиографија: .....	67

### Студии на случај

Студиите на случај поместени во практикуми по Е-бизнис кореспондираат со обработените теми во Е-бизнис скриптата и истите со во функција на подобро разбирање и совладување на материјалот. Целта е да поттикнат дискусија помеѓу студентите и да ја разбудат нивната креативност.

После презентирањето на секој поодделен случај се дадени прашања за дискусија. Овие прашања немаат точни или неточни одговори туку само даваат насоки во кои би можело да се одвива дискусијата за дадените примери. Сепак, за студентите да може успешно да се вклучат во дискусијата потребно е пред се внимателно да го прочитаат случајот, да имаат одредени предзнаења и/или одговорите да ги побараат на Интернет или во скриптата.



**„Досега, ни оди доста добро со веб сајтот. Имаме неколку барања за понуди, една нарачка и 9 момци кои сакаат да излезат на кафе со логото“**

(Извор : Jones, D. Scott, M.D. Villars, R. “E-commerce for Dummies”. Hungry Minds 2001)

### Чоколади онлајн - [Chocolatevault.com](http://Chocolatevault.com)<sup>1</sup>

Понекогаш, дури и кога мислите дека вашите бизнис соништа се рушат Интернетот можеби се уште може да ве спаси, како што тоа се случи со брачниот пар МекКен (McCann). Барбара и Џон МекКен се сопственици на The Chocolate Vault (Чоколаден Трезор), малечка продавница во Текумсе, населено место кое се наоѓа на 60 милји западно од Детроит.



Тие немо посматраа како нивните муштерии емигрираат од малото гратче, со што нивните парични приливи полека пресушуваа. „Бевме на работ да ја затвориме нашата продавница“ вели Барбара. Тогаш таа одлучи да му даде шанса на Интернетот .

Со скромен буџет од неколку илјади долари, Барбара лично го изработи веб сајтот [www.chocolatevault.com](http://www.chocolatevault.com), и потоа следеше како се случуваат неверојатни нешта. „Луѓе од целта држава не пронаоѓаа и започнаа да ги купуваат нашите чоколади“ задоволно констатираше таа.

МекКенови немаат доволно пари да платат за скапи рекламни кампањи но наместо тоа ја вложуваат целата своја енергија во нудење на извонредна услуга на своите клиенти. „Ние се трудиме да им да им дадеме на нашите муштерии иста онаква услуга каква што би добиле кога би влегле во нашата продавница“ вели Барбара. Таа исто така вели дека повеќето од купувачите се редовни кои повторно се враќаат поради тоа што сајтот е разбирлив и лесен за навигација.

Дали „The Chocolate Vault“ ќе се искачи на врвот и ќе ги предизвика големите играчи во оваа гранка како што е на пример Godiva? „Никогаш“ вели Барбара која си го знае буџетот и своите амбиции. Сепак, големото чудо се состои во тоа што „интернетот е нашиот спасител“ вели таа. „Без него ние сигурно ќе ја затворевме продавницата“

---

<sup>1</sup> Mintzer, Rich. Start Your Own E-business: Your Step-by-step Guide to Success. Entrepreneur Press, 2005



**CELEBRATING 37 YEARS IN A SWEET BUSINESS**

**THE CHOCOLATE VAULT**  
*Old Fashioned Candy Company*

*Excellent Chocolate and Service . . .  
You can Bank on it!*

Become a Chocolate Vault fan!  
facebook  
CLICK HERE

CLICK HERE for CHOCOLATE IDEAS in our CHOCOLATE MOLD INDEX

CUSTOM CHOCOLATE GIFTS!  
CLICK HERE for

MECHANIC GIFT SETS

HOME ORDER SHIPPING CHOCOLATE VAULT SEARCH  Go

**MOLDED CHOCOLATE SOCCER NOVELTIES**

Any of our favors may be ordered using our shopping cart. However, if you are ordering for a large event, it is best to call **800-525-1165** so that colors, trims and message may be personalized.

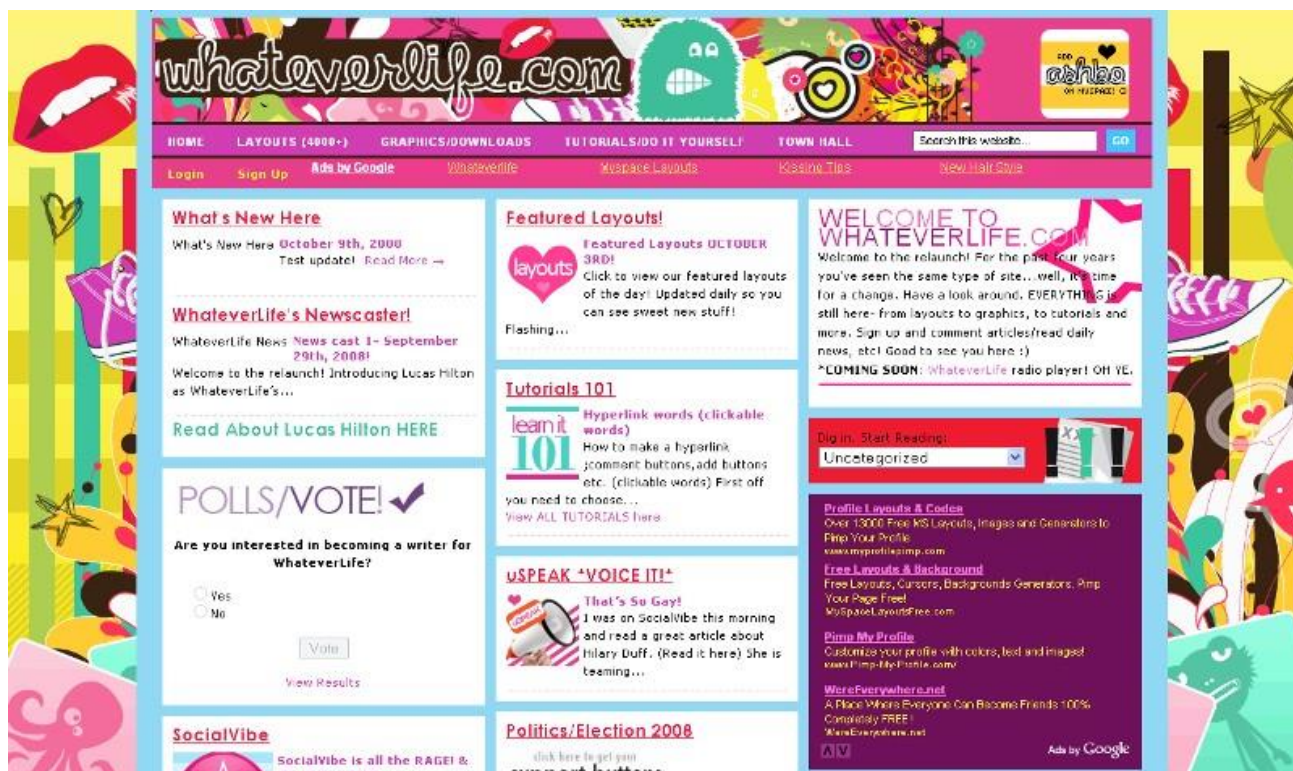
Веб сајтот на [chocolatevault.com](http://chocolatevault.com)

### Прашања за дискусија:

- Дали и како интернетот може да ги спаси традиционалните бизниси како што е на пример занаетчиството?
- Дали сите бизниси може да имаат корист од интернетот?
- Колкави инвестиции и какво знаење ви се потребни за да креирате сајт?
- Како пазарот може да го насочува бизнисот?
- Дали физичката продавница дава поголем кредибилитет на онлајн продажбата и обратно?
- Постојат ли негативни страни на онлајн продажбата?

## Позадини за MySapce - WhateverLife.com

Ashley Qualls на свои 14 години со само \$8 го започнува сајтот WhateverLife.com како хоби со цел да ја претстави својата креативност и талент за графички дизајн. Набрзо почнува да изработува и позадини за тогаш популарната мрежна заедница MySapce.



Набрзо сајтот доживува огромна популарност на MySapce и секојдневно го посетуваат голем број на девојчиња кои ги симнуваат шарените позадини кои се бесплатни.

Работејќи од дома со помош на својата мајка и пријателите за само една година односно на 15 годинашна возраст Ешли успева да ги заработи и првите милион долари. Во врвот на својата популарност сајтот го посетуваат и по 7 милиони корисници при што остварува приход од \$70 000 долари месечно преку рекламите кои се објавени на сајтот.

### Поуки што можеме да ги извлечеме од овој случај се:

- Интернетот нуди еднакви можности за сите без разлика на годините, полот, бојата на кожата, или локацијата.
- Хобито може да се претвори во бизнис – работи го она што најмногу го сакаш и најдобро го знаеш
- Да се понуди нешто бесплатно
- Не се потребни големи инвестиции.



### Млади Интернет Милионери

1	Mark Zuckerberg	23	<b>Facebook</b>	\$700 Милиони
2	Blake Ross и David Hyatt	22	<b>Mozilla</b>	\$120 Милиони
3	Chad Hurley	30	<b>Youtube</b>	\$85 Милиони
4	Alexander Levin	23	<b>WordPress</b>	\$57 Милиони
5	Sean Belnick	20	<b>Biz Chair</b>	\$42 Милиони
6	Aodhan Cullen	24	<b>Stat Counter</b>	\$18 Милиони
7	Markus Frind	29	<b>Plenty Of Fish</b>	\$10 Милиони
8	Ashley Qualls	17	<b>What Ever Life</b>	\$3 Милиони
9	Mario Lavandeira	29	<b>Perez Hilton</b>	\$3 Милиони
10	Alex Tew	22	<b>Million Dollar Homepage</b>	\$1.6 Милиони

### Прашања за дискусија:

- Дали некогаш сте посакувале да заработите милион долари?
- Дали сметате дека ваквиот сон е реален за младите од Македонија?
- Дали имате некое хоби или вештина кои може да ги претворите во бизнис?
- Кои познавања од онлајн бизнисот веќе ги имате а кои треба да ги стекнете?

### Нарачка на храна од локални ресторани: Campusfood.com

Кратката историја на е-бизнисот укажува на тоа дека успешни електронски бизниси се оние кои ќе успеат да ги препознаат потребите на нивната целна група и ќе се обидат да ги задоволат тие потреби преку понуда на соодветна содржина. Креирањето на е-бизнис, со цел да се постигне тоа, не е лимитирано на професионалци или на гигантски корпорации, туку напротив многу успешни онлајн фирми се стартувани и од обични луѓе со претприемнички способности.

The screenshot shows the Campusfood.com website. At the top, there is a yellow navigation bar with the logo on the left and links for 'my campus', 'my account', 'contact us', and 'help' on the right. Below the navigation bar, a 'Welcome Guest!' message is displayed with links for 'log in' and 'sign up'. The main content area is blue and features a large 'Online Menus... Internet Ordering' banner. The 'campusfood.com' logo is prominently displayed in the center. Below the logo, there is a search form with 'State' and 'Campus' dropdown menus, currently showing 'New Jersey' and 'Princeton University' respectively, and a 'Go' button. To the left of the main content, there is a 'Featured Campuses' sidebar with links to 'Indiana U - Bloomington', 'Michigan State', 'Monmouth U', 'U Michigan', and 'U of Southern California'. Below this sidebar is a 'Keycode' section with a 'Keycodes' heading and a 'Got a keycode? Enter it here.' prompt. At the bottom of the page, there is a 'Restaurant Owners' section and a 'Log In / Sign Up' section.

Така на пример Campusfood.com е основан од студентот Мајкл Саундерс сместен во колеџ кампусот на универзитетот во Пенсилванија. Првенствено, Campusfood.com беше наменет за студентите на Универзитетот во Пенсилванија а денес опслужува студенти од 150 универзитети и колеџи во САД.

Веб страната нуди интерактивни менија од локалните ресторани (сендвичари, пекари, и сл.) каде студентите може да нарачуваат преку Интернет. Притоа, студентите може лесно да дојдат до потребните информации за локацијата, работното време и контакт информација за рестораните во нивната околина, а добиваат и одредени студентски попусти. Дигиталното примање на нарачки воедно ги намалува и грешките што е во интерес и на рестораните и на студентите. Приходите сајтот ги остваруваат со наплата на 5% провизија од секој извршена нарачка.

По отворањето на сајтот во 1998 Мајкл и неговите колеги започнале со посета на универзитетите на Источниот брег на САД со цел да се изгради база од корисници.

Сето тоа вклучува регистрација на факултети, привлекување на студентите и креирање на листи на локални ресторани. Во понатамошниот развој на сајтот овие активности се доверени на маркетинг фирма по што листата на универзитети се проширува на целата територија на САД.

Проектот Campusfood е финансиран од приватни инвеститори, пријатели и роднини а притоа севкупно се инвестирани нешто помалку од милион долари за разлика од друга конкурентска компанија која за сличен проект потрошила околу 100 милиони долари.

### **Прашања за дискусија:**

- Дали и кај нас може да се направи сличен проект?
- Кои би биле главните бариери и предизвици за таков сајт во Македонија?
- Кои знаења и ресурси ќе бидат потребни за да се креира еден таков сајт?
- Каква е улогата и значењето на тимот за бизнисот?
- На кој начин може да се генерираат приходите?
- Колку финансиски средства би биле потребни и од каде би ги обезбедиле?

### Купи лаптоп онлајн: DELL компјутери<sup>2</sup>



Dell Computers Corp. се основани во 1984 година од страна на Мајкл Дел. Дел е првата компанија што нуди нарачка на персонални компјутери според каталог преку пошта. Покрај предефинираните системи, Дел на купувачите им овозможи да состават сопствени конфигурации користејќи го концептот „состави и нарачај“ а потоа истите им ги доставува на домашна адреса преку пошта.

Ваквиот концепт беше, и се уште е носечки бизнис модел на Дел компјутери.

До 1993 Дел постана еден од петте водечки производители на компјутери загрозувајќи го Compaq, кој по нападот од конкуренцијата започна ценовна војна со цел да ги задржи позициите. Во тој период Дел примаше нарачки по факс и по пошта, но како резултат на ценовната војна почна да губи дел од пазарот и започна да генерира загуби. Загубата во 1994 година достигна 100 милиони долари. Компанијата се соочуваше со големи проблеми. Решението кое што беше на повидок беше Онлајн продажбата.

Комерцијализацијата на Интернет во раните 90ти и воведот во Веб технологијата во 1993 му ги отвори можностите на Дел брзо да се прошири благодарение на интернет продажбата.

Дел агресивно имплементираше онлајн примање на нарачки и отвори претставништва во Европа и Азија. Исто така освен компјутери започна да нуди и дополнителни производи на компанискиот веб сајт.

Ваквата стратегија на Дел му овозможи да го претрка Compaq и во 1999 стана број 1 во светот според испорака на персонални компјутери. Денес Дел има приходи од околу 60 милијарди долари годишно од онлајн продажба на компјутери и сродни производи, од мрежни свичови до принтери . Вработува преку 63 илјади лица ширум светот.

Дел своите производи го продава на: индивидуи, мали бизниси, средни и големи претпријатија, влади, образовни институции, здравствени организации итн. Продажбата на првата група клиенти (индивидуите) се класифицира како business-to-

---

<sup>2</sup> Barker, Melissa, et al. *Social media marketing: A strategic approach*. Nelson Education, 2012

consumer B2C (бизнис-кон-корисник) додека продажбата на другите три групи се класифицира како бизнис-кон-бизнис (business-to-business B2B) продажба.

Воведувањето и примената на интернет продажбата и другите е-бизнис решенија во DELL даде извонредни резултати :

- елиминирање на посредниците
- одличен паричен тек
- прилагодени веб страни во преку 100 држави изработени на голем број јазици
- **Профит 4 милијарди долари годишно**
- топ 5 Нај ценети компании во 1990 според Fortune
- е-Бизнис моделите на дел се класични примери за успешна примена (следена од многу компании особено во автомобилската индустрија)

### Прашања за дискусија:

Дали бизнисот кој прв ќе воведо одредена иновација (пример онлајн продажба) има поголема предност или повеќе ризици?

Зошто Dell воведо онлајн продажба и какви беа ефектите?

Што се комплементарни производи и која е нивната улога и значење за понудата и бизнисот?

Кои се главни бизнис активности на Dell од аспект на електронскиот бизнис?

Дали вие би купиле лаптоп онлајн? Кои се аргументите за и против?



## Amazon.com - модел на онлајн продавница

Амазон е основан во 1994 година и првата година функционира како продавница за нарачка на книги по пошта а потоа преминува на онлајн продажба. Од тогаш до денеска асортиманот на Амазон е проширен на музика, филмови, ДВДиња, електроника, хардвер, алати, козметика играчки итн. Огромниот каталогот на производи и понатаму постојано се проширува. Амазон воедно е и најголем онлајн малопродавач во светот и **нуди милиони различни производи** на преку 17 милиони клиенти во 160 земји во светот.

amazon.com Hello, Zlatko Bezovski. We have [recommendations](#) for you. (Not [Zlatko?](#))

Zlatko's Amazon.com Today's Deals Gifts & Wish Lists Gift Cards

Shop All Departments Search All Departments GO

Shopping Cart for Zlatko Bezovski (If you're not Zlatko Bezovski, click here.)

See more items like those in your Cart subtotal = **\$36.27**  
Make any changes below? [Update](#)

Shopping Cart Items--To Buy Now		Price:	Qty:
Item added on December 1, 2008 <a href="#">Save for later</a> <a href="#">Delete</a>	<a href="#">The New Rules of Marketing and PR: How to Use News Releases, Blogs, Podcasting, Viral Marketing and Online Media to Reach Buyers Directly</a> - David Meerman Scott; Hardcover In Stock <a href="#">Eligible for FREE Super Saver Shipping</a> <input type="checkbox"/> <a href="#">Add gift-wrap/note</a> <a href="#">(Learn more)</a>	<b>\$16.47</b> You Save: <b>\$8.48 (34%)</b>	<input type="text" value="1"/>
Item added on December 1, 2008 <a href="#">Save for later</a> <a href="#">Delete</a>	<a href="#">Get to the Top on Google: Tips and Techniques to Get Your Site to the Top of the Search Engine Rankings -- and Stay There</a> - David Viney; Paperback In Stock <a href="#">Eligible for FREE Super Saver Shipping</a>	<b>\$19.80</b> You Save: <b>\$10.20 (34%)</b>	<input type="text" value="1"/>

Амазон **користи база** лоцирана на сервер која овозможува на клиентот преку својот компјутер да ги пребарува производите на различни начини. Дататазата на Амазон се состои од производи, нивни спецификации, достапност, информации за испорака, ниво на залиха како и други податоци. Наслови на книгите, автори, цени, мината продажба, издавачи, коментари на купувачи како и други детални информации кои исто така се чуваат во базата. Ваквата сеопфатна база на Амазон му овозможува да понуди и други сродни производи на купувачот, како и да класифицира еден производ во различни категории.

Амазон за повторните купувачи **ја персонализира веб страната**. Дататазата ги чува сите претходни податоци за клиентот вклучувајќи претходни нарачки, податоци за испораката и броеви на кредитните картички. По повторната посета на страната, купувачите се поздравуваат со име и им се препорачуваат други наслови или

производи, согласно со претходната нарачка. Амазон автоматизирано ја проучува базата на клиенти и бара шеми на однесување на клиентите. Преку следење на вакви податоци компанијата може да обезбеди персонализација на услугата кој во спротивно би требало да ја извршуваат лицата за продажба. Со тоа, компјутерскиот систем на Амазон ја унапредува продажбата без човечка интеракција.

Процесот на купување на Amazon.com е многу едноставен и **го користи системот на електронска кошничка**. Производите може да се пребаруваат во каталогот поделен во категории или пак преку алатката за пребарување каде што се внесува називот на саканиот производ или некоја негова карактеристика. На веб страницата на производот можеме детално да се информираме за неговите карактеристики и цена и доколку одлучиме да го купиме кликуваме на копчето Add to Cart (додади во кошничката). Откако во кошничката ќе ги додадеме сите производи кои сакаме да ги купиме можеме да се упатиме на каса т.е. да продолжиме кон наплата (proceed to checkout). Доколку купуваме прв пат ќе биде потребно да се внесат лични податоци вклучувајќи име и презиме, адреса на фактурирање, адреса на испорака, начин на испорака како и податоци од кредитната (или дебитна) картичка. Откако ќе се внесат сите податоци нарачката може да се изврши. Порачката може да се откаже се додека производите не се испорачаат а тоа е обично од 24 до 48 часа од времето на нарачката. По нарачувањето Амазон по е-меил испраќа потврда за извршената нарачка а втората порака се испраќа кога пратката ќе тргне кон купувачот. Преку страната на Амазон **клиентот може да ја следи својата нарачка** и евентуалното време на пристигање на истата.

### Прашања за дискусија:

- Дали секој производ може да се купи и продаде онлајн?
- Дали користењето на е-кошничка е секогаш неопходно?
- Какво е значењето на персонализација на веб сајтот?
- Колку е значајно квалитетното опслужување на клиентите во е-бизнисот?
- Дали некогаш сте купиле производи од електронска продавница? Какви производи и од која продавница?
- Која онлајн продавница е најпопуларна помеѓу македонските жители и дали има етаблирани македонски онлајн продавници?

### eBay.com онлајн аукциски модел



eBay.com, Ибеј е најпознатиот аукциски сајт а воедно и еден од најпрофитабилните е-бизниси во светот. Основан е во 1995 година од страна на Пјер и Пем Омидиар. Компанијата првенствено била наречена Аукшнвеб а потоа преименувана во Ибеј (eBay). Ибеј денес претставува број еден онлајн аукциска куќа со околу 4 милиони различни аукции во тек и преку 450.000 нови поставени артикли секој ден.

На Ибеј може да се купи и продаде скоро се. Компанијата наплатува за секое објавување на оглас, плус процент од продажната цена. Цената на објавувањето зависи од позицијата и формата на огласот како и од времето на траење на аукцијата.

Продавачот се регистрира, дава опис на производот и моментална состојба, може да се додаде фотографија. Потоа ја одерува почетната цена за лицитација и одредува период во кој завршува лицитирањето. Притоа може да постави и загарантирана цена (над почетната) под која не може да се продаде производот. Тоа се прави со цел да се постави пониска почетна цена за да се привлече интерес и да започне лицитирањето.

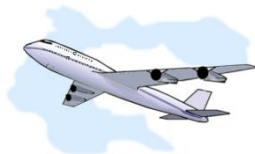
Оној купувач кој во предвидениот период ќе понуди највисока цена го купува производот. Потоа продавачот и купувачот ги договараат испораката, гаранцијата и други поединости. Ибеј служи само како линк помеѓу партнерите, т.е. претставува интерфејс преку кој продавачот и купувачот склучуваат сделка. Тоа значи дека Ибеј нема складишта и нема залихи а исто така не се инволвира во испораката на производите што е карактеристично за другите типови на онлајн продавници како на пример Амазон.

Поради својата популарност и огромниот број на потенцијални купувачи кои го посетуваат, Ибеј стана генератор на продажбата за голем број на други онлајн бизниси. Опстанокот на овие бизниси зависи целосно од функционирањето на Ибеј.

### Прашања за дискусија:

- Дали од Македонија може да се купува и продава на Ибеј?
- Дали аукцијата нуди предности за продавачот или за купувачот?
- Која е предноста на е-бизнис моделот на Ибеј во однос на Амазон?
- Кои се предностите и недостатоците доколку еден бизнис се одлучи да продава преку Ибеј?

### Кажи своја цена: PriceLine.com<sup>3</sup>



Прајслајн е типичен пример за моделот кажи своја цена. Покрај другите производи и услуги, Прајслајн нуди и авионски билети. Кога клиентите бараат билети за домашни летови во САД, прво внесуваат појдовна дестинација, крајна дестинација, посакувана цена и број на карти. Потоа се внесуваат дати за патување и аеродроми во близина на почетната и крајната дестинација. Поголема флексибилност значи поголема шанса да се добијат посакуваните авионски карти по поволна цена.

Потоа, веб системот на Прајслајн ги презентира барањата на авио компаниите и се обидува да постигне цена под бараната од клиентот. Остварената разлика помеѓу бараната и добиената цена Прајслајн ја задржува како приход. Целиот процес се извршува за околу еден час.

Ваквиот модел е уште еден пример како Интернетот силно го менува начинот на кој се води бизнис. Во случајот на авио сообраќајот во САД, илјадници седишта секојдневно остануваат празни а Прајслајн им овозможува на компаниите да ги продадат тие слободни места. Од друга страна и патниците се задоволни и заштедуваат пари.

### Прашања за дискусија:

- Покрај авионски билети што друго нуди Прајслајн?
- Дали бизнис моделот на Прајслајн е компатибилен концептот на нискобуџетни летови?
- Дали ви се познати други примери за динамички бизнис модели каде условите и услугите се флексибилни?

---

<sup>3</sup> Mintzer, R. 2005

### MeetTutors.com – Најди тотор онлајн



Оваа студија на случај покажува како Јену Ју, без искуство во креирање на веб страни, ја претвора својата идеја во функционален е-бизнис веб сајт. Самата Џени ја споделува својата приказна и дава корисни совети заснован на нејзиното лично искуство при креирањето на овој проект.

Џени, која живее во Канада а е по потекло од Јужна Кореа, додека студирала и самата била тотор и ги подучувала другите студенти да ги положат потешките испити, се разбира за соодветен финансиски надоместок со кој делумно ги финансирала своите студии. Лично се соочила со проблемот дека навистина е тешко да се дојде во контакт со студентите на кои им треба помош но заклучила дека и на студентите им претставува проблем да најдат соодветен и квалитетен тотор. Во тоа време контактите помеѓу студентите и тоторите се остварувале преку огласните табли на факултетот при што еден од проблемите било и тоа што требало да се контактира со комплетно непознато лице.

После дипломирањето Џени неколку години работи во сектор за финансии каде што нејзина задача била да изнаоѓа и промовира win-win решенија за бизнисите каде и двете страни во зделката се победници. Во тој период и дојде одличната идеја: Зошто да не се изнајде решение како студентите да пронаоѓаат тотори и тоторите да пронаоѓаат студенти на лесен и безбеден начин? Зошто да не се креира платформа преку која студентите и тоторите би ги претставиле своите потреби, вештини и карактери со цел да се изнајде најсоодветен спој помеѓу нив? Супер идеја, но како Џени, која нема искуство за развој на веб страни, ова да го претвори во реалност?

Џени знаеше дека прва работа која што треба да ја направи е да напише бизнис план кој, како што таа вели, бил еден од најтешките задачи пред да се започне. Откако ги стави своите идеи на хартија таа реши да се едуцира и подетално да се запознае со процесот за изработката на веб страни како би можела полесно и постручно да комуницира и преговара со веб дизајнерите.

После консултациите со стручњаци и неколкуте семинари за обука Џени стекнува доволно познавања, за тоа што е потребно да се направи за веб страната и кои опции за изработка и стојат на располагање. Во тој период таа има развиено јасна претстава за тоа како треба да изгледа сајтот и кои карактеристики треба да ги има. Таа оди дотаму што дури креира и слајдови во PowerPoint за реализација на нејзината замисла.

Целосно подготвена, Џени стапува во контакт со повеќе фирми за веб дизајн и од нив одбира една во која стекнува доверба и која ги има потребните вештини и ресурси за да ја изработи веб страната онака како што е замислена.



Низ блиска соработка со веб дизајнерите и веб програмерите Џени ја претвора својата идеја во реалност. MeetTutors.com прераснува во одличен веб сајт со одлични функционалности кои ги поврзуваат студентите и таторите на лесен, брз, ефикасен и безбеден начин

Но тоа не е се, Џени несебично ја споделува својата тајна на успех со тоа што креира одличен чекор по чекор водич за креирање на е-бизнис сајт и совладување на сите предизвици и препреки на кои може да се најде.

Чекорите за започнување на сопствен електронски бизнис според искуството на Џени се следните:

1. Рафинирање на идејата и пишување на бизнис план
2. Именување на бизнисот
3. Развој на веб страна
4. Маркетинг
5. Раст на страната и Оптимизација за пребарувачите

### **Прашања за дискусија:**

- Колку е значајна идејата за започнување на бизнис и како да се дојде до добра идеја?
- Дали Бизнис планот има клучна улога за започнување на бизнис?
- Дали е лесно да се одбере име (домејн) за онлајн бизнисот?
- Какви можности за изработка на веб сајт постојат?
- Што подразбирате под поимот Маркетинг и колку е тој значаен во бизнисот?
- Која е улогата на пребарувачите како што е Google во водењето на онлајн бизнис?
- Сајтот MeetTutors.com повеќе не постои. Дали и каде згрешила Џени во остварување на својата идеја?

### Веб рекламирање: Procter & Gamble <sup>4</sup>

Пазарот на потрошувачки стоки е глобален и екстремно конкурентен. Гигантска корпорација како што е Procter & Gamble (P&G), Colgate Palmolive, Unilever, Nestle i Coca Cola се натпреваруваат со стотици производи, почнувајќи од пасти за заби до бебешки пелени и пијалаци. За да преживеат, овие компании мораат константно да го истражуваат пазарот, развиваат нови производи, и да рекламираат, рекламираат, рекламираат... Буџетите за истражување на пазарот и рекламирањето можат достигнуваат до 20 % од продажбата, со што се редуцира профитот. Како и да е, неуспехот во недоволното рекламирање резултира со помали приходи, губење на дел од пазарот, и најверојатно излез од пазарот. Затоа, соодветна стратегија на рекламирање, вклучувајќи рекламирање на Web, е критично за просперитетот на секоја компанија во индустријата на стоки за широка потрошувачка.



P&G е најголемата компанија на пакувани стоки во САД; со над 300 брэнда и годишна продажба од над 500 билиони УСД. P&G троши повеќе пари на реклама од секоја друга компанија, околу 4 билиони УСД годишно. Бизнис проблемот на P&G е како најдобро да го искористи буџетот за рекламирање за да добие најголем маркетинг ефект за секој вложен долар во реклама.

P&G почна да рекламира на Интернет кон крајот на 1990 година, на главни портали (користејќи pop up банери за „Scope“ and „Tide“) и на своите сопствени сајтови. До 2000 година P&G , има 72 активни сајта, најчесто еден сајт за секој различен производ.

---

<sup>4</sup> Clow, Kenneth E. *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications*, 4/e. Pearson Education India, 2007.

Неколку од сајтовите се генерални. Денес Р&Г располага со голем број на Web проекти, повеќето поврзани со истражување на пазарот онлајн, и онлајн рекламирање.

Главна цел на Р&Г е градење заедница на интернет корисници околу секој главен производ. Компанијата ги има следните цели во градењето и одржувањето на овие сајтови: градење свесност за брендот и препознавање; собирање вредни податоци од потрошувачите; кретење на трошоците за рекламирање, водење еден на еден реклама; експериментирање со директна продажба на типови на производи; продажба на специјализирани производи за разубавување за индивидуи.

Р&Г офлајн пристапот секогаш вклучува истражување, развој, и инвестирање во стотици производи симултано. Затоа, ширењето на компанијата и онлајн не е изненадувачки. Другите аспекти на онлајн стратегијата на рекламирањето вклучува развој на маркетинг партнерство., инвестиции во почетоци кои ветуваат, придружување на Transora.com, Б2Б пазарен конзорциум. Р&Г пристапот кон рекламирање е самиот по природа експериментален. Компанијата верува дека нејзината интернет стратегија може да води кон обемна позиција на е-трговијата на пазарот. Р&Г исто така многу добро знае дека интернет маркетинг стратегијата може да биде само брендирање но тоа да резултира само во губење пари.

Клучна причина за Р&Г да се разграни од типот на сајтовите за перење кон по интерактивни сајтови е тоа што преку нив може да складира и експлоатира Web податоци за најразлични цели. Интерактивните сајтови не само што градат правилно брендирање и ги тестираат можностите за директна продажба на потрошувачите, тие исто така собираат вредни податоци од потрошувачите. Оваа информација помага во намалувањето на маркетингот и трошоците за рекламирање со што се овозможува компанијата да цели кон потрошувачите попрецизно и поекономично. Исто така дозволува на компанијата да земе повеќе информации за потрошувачите и производите и да примени еден-на-еден рекламирање во поголема мерка.

Примери на сајтови изградени за намена истражување се:

being-me.com: Корисниците добиваат квиз за да одредат производи за жени кои најдобро ги задоволуваат нивните потреби и потоа да ги набават.

reflect.com: Производи за убавина се специјализирани врз база на преференците на потрошувачите.

physique.com: Сајт за стајлинг на коса регистрира 600.000 потрошувачи во својот клуб пред и да биде претставен производот.

Robert Rubin од Netquity ( здружение меѓу Forrester research и Information Resources ) вели: „ Р&Г е водечка компанија за пакувани производи за широка потрошувачка на Интернет бидејќи се расположени да пробаат се.“ Иако повеќето од подобрувањата на достигнувањата од нивната стратегија на рекламирање на Web беа квалитативни, Р&Г работеше навистина добро и за време на економскиот пад во 2000-

2003 година. Како индикатор на нејзиниот успех, цената на нејзините акции се искачи за 50 %, во период кога просечната цена на акциите на Њујоршката Берза се намали за над 30 %.

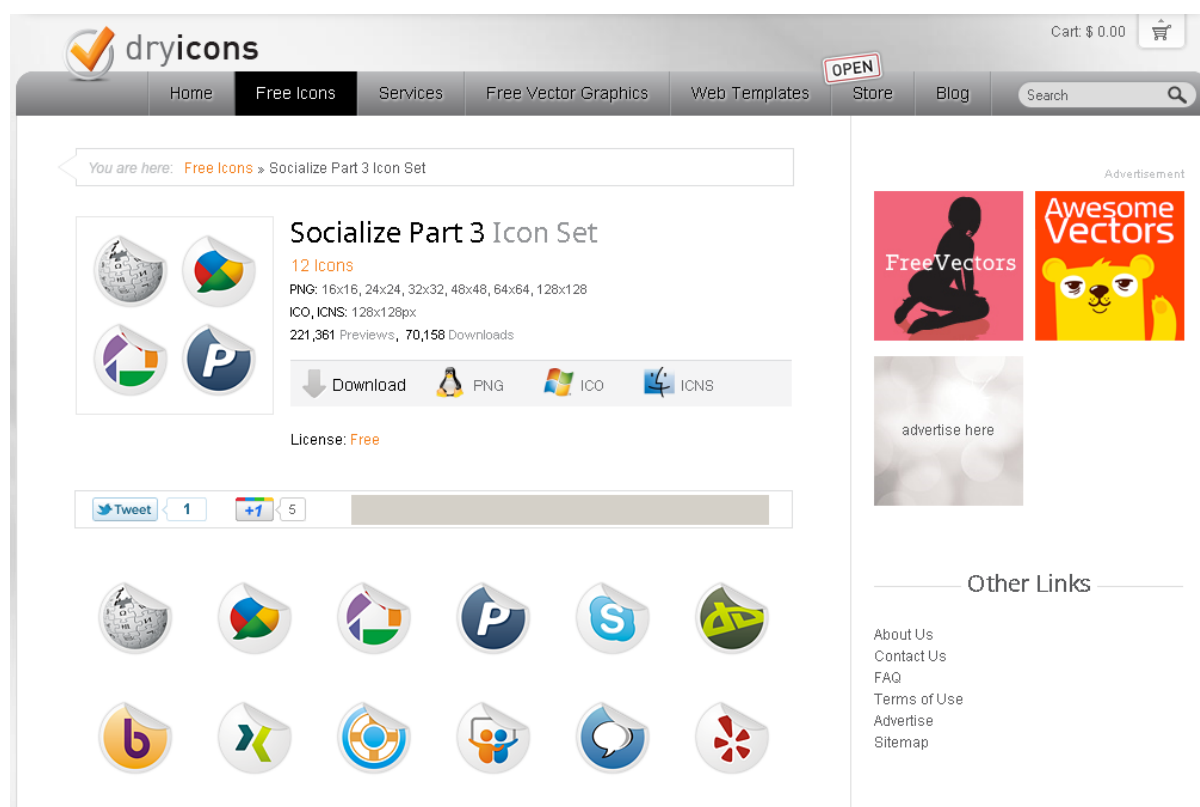
### **Прашања за дискусија:**

- Каква е улогата на истражувањето на пазарот за бизнисите?
- Дали Procter & Gamble (P&G) прави онлајн истражување и како?
- Какви се податоци во врска со клиентите се важни и како тие може да се собираат?
- Колку е популарно и прифатливо рекламирањето со поп-ап банери?
- Како може на Интернет да рекламирате прашок а како шампон?
- Какви совети за онлајн маркетинг би му дале вие на Procter & Gamble (P&G)?

## Бесплатни веб икони: Dryicons.com

Доколку во пребарувачот Google се напише „free icon set“ или „free icons“, на позиција број 1, односно 7 ќе се појави сајтот Dryicons.com.<sup>5</sup> Dryicons.com е веб проект на фирмата за веб и дизајн и програмирање „Работилница“, која е лоцирана во Струмица. Веб сајтот Dryicons.com е креиран пред околу 5 години од 4 млади лица искусни во дејноста кои решиле да започнат свој бизнис со желба да го реализираат својот потенцијал, креативност, талент и знаење. Dryicons е главна движечка сила на бизнисот преку кој фирмата ја презентира својата работа и стекнува нови клиенти. На сајтот се нудат бесплатни веб икони, векторска графика и веб темплејти кои се основната мамка за посетителите, а доколку понудените производи се користат за комерцијална намена за истите треба да се плати и комерцијална лиценца. Како резултат на посетите на сајтот фирмата добива и посебни нарачки и барања за изработка на други веб и програмерски проекти.

Слика 6.2.: Дел од понудата на Dryicons.com



Извор: <http://dryicons.com/free-icons/preview/socialize-part-3-icons-set/> (05.09.2011)

<sup>5</sup> Извор: Google.com <http://www.google.com/search?q=free+icon+set> и <http://www.google.com/search?q=free+icons> (10.09.2011)



DryIcons, според нашите сознанија, е најпосетуван веб сајт во сопственост на некоја македонска фирма на глобално ниво и се наоѓа на 8955<sup>6</sup> место мерено според бројот на посетители и има речиси два ипол пати повеќе посетители од најпосетуваниот сајт во Р. Македонија на локално ниво Time.mk.<sup>7</sup>

Новите посетители на сајтот најчесто пристигаат од Google, односно 37.6% од вкупниот број посетители, потоа следува Facebook со 4.67% и други сајтови со вкупно 5.78%. За корисниците кои доаѓаат од пребарувачите од „Работилница“ велат дека „тие посети се многу значајни бидејќи најчесто станува збор за посетители кои точно знаат што бараат“. Најголемиот број од посетителите на сајтот, 52%, се повторени, односно редовни посетители за кои е логично да се претпостави дека го пронашле сајтот на сличен начин како и новите посетители. Бројот на редовни посетители, на некој начин говори за квалитетот на понудата на сајтот, за што во фирмата влеат дека посветуваат големо внимание и е значајна компонента на нивната бизнис стратегија.

Од четворицата вработени во фирмата, кои се воедно и основачите, едно лице е посебно задолжено за оптимизација на сајтот, на што се посветува големо внимание, за што говорат и остварените резултати. Интернетата оптимизација на сајтот е на високо ниво при што акцент е ставен на оптимизација на графичките содржини поради природата на дејноста. Почетната страница на сајтот има висок PR7 и според Yahoo Site Explorer преку 1,4 милиони влезни линкови<sup>8</sup>. Стратегијата за обезбедување линкови подразбира „link bait“ преку „редовно обезбедувајќи квалитетни и оригинални содржини“, со што, од искуството на вработените „единствениот ефективен начин да се натераат луѓето постојано да поставуваат линкови кон нашиот сајт е одржувањето на тој висок и константен квалитет на работа, посебно денес со нивото на развој и употреба на социјалните мрежи коишто можат да се искористат во 'ширењето на зборот', неретко до вистинските ентитети – релевантни сајтови“.

Целокупната оптимизација на сајтот резултира со одлични позиции на пребарувачот Google за многу компетитивни фрази како што се: "free icons", "icon sets", "free icon sets", "vector icons", "free vector icons", "free vector graphics" итн.

За оптимизацијата на пребаруваното и нејзиното значење за онлајн бизнисите во Работилница влеат: „Оптимизацијата за пребарувачите е важен, или барем би требало да биде важен аспект за секој сериозен сајт... Сигурно дека доколку се работи за Интернет бизнис, или само за сегмент од бизнисот кој (би можел да) работи преку Интернетот, оптимизацијата за пребарувачите може и треба им помогне... Оптимизацијата за пребарувачите е само еден аспект од кој било онлајн бизнис, меѓутоа, може да биде многу корисен и битен, а понекогаш дури и пресуден. Претпоставувам дека потребата за тоа зависи од природата и целите на бизнисот. Во

---

<sup>6</sup> Alexa.com “Dryicons.com Site Info“ <http://www.alexa.com/siteinfo/dryicons.com> (05.09.2011)

<sup>7</sup> Alexa.com “Time.mk Site Info” <http://www.alexa.com/siteinfo/www.time.mk> (05.09.2011)

<sup>8</sup> Извор: <https://siteexplorer.search.yahoo.com/search?p=dryicons.com/&fr=sfp> (05.09.2011)

секој случај, мислам дека со правилна работа на тоа поле секој (онлајн) бизнис може да има задоволувачка корист“.

Говорејќи за потребни компетенции (вештини и знаења) кои што една фирма треба да ги поседува за да креира и води успешен онлајн бизнис, од „Работилница“ истакнуваат дека - подготвеноста да се учи и да се осознаваат новите аспекти може да биде пресуден фактор. „Голем дел од потребните фактори (се мисли на компетенциите) како тим ги поседува(в)ме, меѓутоа, има(ше) и многу работи кои мора(в)ме да ги (на)учиме. И, мислам дека токму тоа можеби е и најпотребниот предуслов за успешен бизнис... способноста да се учи и прилагодува, и да се реагира брзо“. Оваа констатација се однесува подеднакво и на оптимизацијата на пребарување како вештина и знаење.

### **Прашања за дискусија:**

- Што треба да се направи за да еден сајт котира на првите места на пребарувачот Google?
- Зошто е значајно да се имаат први позиции на Google?
- Дали и зошто на интернет корисниците да им се понудат бесплатни производи и услуги?
- Кои компетенции се потребни за водење на бизнис од типот на Работилница?
- Каква е улогата на локацијата во водењето на онлајн бизнис?
- Дали познавате и други електронски бизниси од Македонија кои се успешни во светски рамки?

### Апликација за спортисти - SportyPal.com



SportyPal е апликација за мобилни телефони која ги следи активностите (движењата) на професионалните и рекреативните спортисти и ги мери нивните перформанси користејќи GPS систем. Конкретно, апликацијата инсталирана на мобилен телефон кој поседува GPS уред мери поминато растојание, брзина и патека на движење како и согорени калории.

Основната апликација е бесплатна и може да се симне од сајтот SportyPal.com додека приходите на сајтот се остваруваат со продажба на напредната верзија SportyPal Pro која овозможува прецизно мерење на согорените калории и оптоварувањето на организмот, со помош на посебен уред за мерење на брзината на пулсот кој, исто така, се продава на сајтот.

Сајтот SportyPal.com, исто така претставува еден вид виртуелна заедница на сите корисници на апликацијата каде што може во живо да се следи движењето на одредени корисници на глобална мапа и да се споредуваат нивните постигнати резултати. SportyPal е апликација развиена од фирмата „CreationPal“ со седиште во Скопје.

	Веб Сајт	Alexa Rank		Бр. на линкови	PageRank	Посетители (во %)	
		Global	US			Google	Facebook
1	<b>runkeeper.com</b>	5116	4400	2619	6	<b>33</b>	22
2	<b>endomondo.com</b>	8426	16940	1282	6	<b>27</b>	43
3	<b>mapmyrun.com</b>	12734	3584	3892	6	<b>42</b>	24
4	<b>runtastic.com</b>	27921	99314	552	5	<b>25</b>	47
5	<b>sports-tracker.com</b>	35747	255628	689	4	<b>21</b>	53
6	<b>sportypal.com</b>	143355	519690	674	4	<b>9.2</b>	71
7	<b>worksmartlabs.com</b> (CardioTrainer)	195237	132955	379	5	<b>55</b>	20

Со оглед на тоа што SportyPal се вбројува меѓу главните конкуренти за ваков тип апликации кои што стануваат сè по актуелни помеѓу спортистите и рекреативците, големиот број корисници на апликацијата (преку 300 000)<sup>9</sup>, според квалитетот на самата апликација и постигнатиот стратешки договор со Sony Ericson за фабричко

<sup>9</sup> Боројт на корисници на апликацијата неможе точно да се утврди, но според основачот на Sportypal тој изнесува околу 300.000 и постојано се зголемува.

вклучување на оваа апликација во нивните спортски телефони кои ќе се произведуваат во иднина, можеме да заклучиме дека се работи за успешен претприемнички онлајн проект стартуван во Р. Македонија. Сепак, мислиме дека потребно е и оптимизацијата на пребарување да се вклучи во целокупната маркетинг стратегија на бизнисот со цел да се искористат потенцијалите на пребарувачите за SportyPal да се доближи до водечките конкуренти и/или евентуално да се заштити од нови конкуренти кои би влегле на овој пазар.

Анализата укажува на тоа дека посетителите кои што ги добива SportyPal преку Google во најголема мера потекнуваат од пребарувања поврзани со нивниот бренд, додека за одредени генерички термини, како што се на пример: „running app“, „run tracker“, „distance tracker“ или сл., воопшто не котира на првите неколку страници од пребарувањето и не добива посетители, што не е случај и со водечките конкуренти.

### **Прашања за дискусија:**

- Според вас дали постои потреба за ваква апликација?
- Доколку имате можност инсталирајте ја апликацијата на вашиот мобилен уред и коментирајте го нејзиниот графички изглед.
- Какви бенефити за една компанија може да донесе стратешко партнерство како во случајов со Sony Ericson?
- Какви заклучоци за SportyPal.com можеме да извлечеме од табелата?
- Како може да се примени оптимизацијата за пребарувачи на овој бизнис? Кажете ваши сугестии?

### Проектна задача (Креирање и промоција на Сајт)

Изработката на е-Бизнис проект (проектна задача) подразбира и опфаќа:

- Избор на тематика (Разработка на **е-бизнис идеја**)  
Примери: Алтернативен туризам во Македонија, Упатства за шминкање, Портал за мотори и морторции, Локации за скуба дајвинг, Здрава исхрана, Се за ролерки, и сл. (види повеќе)
- Изработка и поставување на **веб сајт** (Блог) користејќи ја платформата на Blogger.com . Опции: Joomla CMS, WordPress blog, HTML или слично.
- Креирање на **содржини** (статии) на избраната тематика или објавување на постоечки (Article Syndication)
- Имплементација на **Приходен модел** – Google AdSense (Опции: Афилијативни линкови Пример: CommissionJunction.Com, Amazon.com и сл.)
- Промоција на проектот (**Интернет Маркетинг План**)
- Доставување на **Извештај** и објавување на e-Biznisi.net (линк и краток опис)

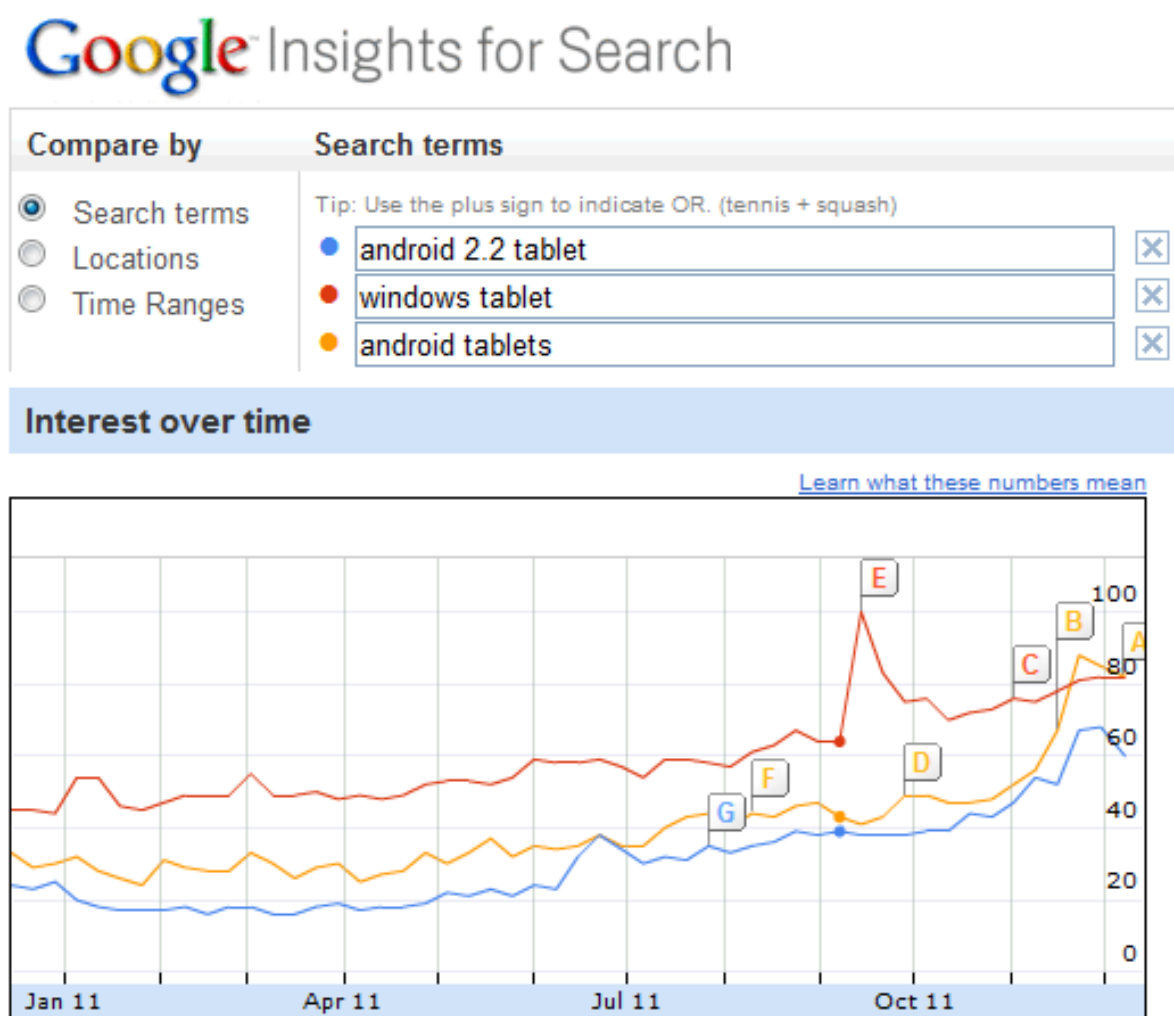
Препорачан јазик за изработка на проектите е **Англискиот Јазик**. Може ад се работат проекти и на други јазици како на пример: Германски, Француски, и Италијански. Македонскиот јазик е прифатлив за издржани проекти на долг рок со можност за генерирање на приходи или креирање на перспективен е-бизнис.



### Генерирање на идеи

Постојат голем број на алатки и начини преку кои можете да дојдете до идеи за вашиот онлајн бизнис.

Искористете ја Google Trends алатката за да откриете дали вашата идеја се пребарува, дали интересот расите или опаѓа и кои се слични теми кои се пребаруваат од корисниците. <https://www.google.com/trends/>



Преку алатката Google AdWords: Keyword Planner можете да проверите колку често се пребаруваат одредени фрази но и да добиете идеи за нов бизнис или производ (услуга) кои може да ги понудите. За да ја користите оваа алатка потребно е да креирате сметка на <https://adwords.google.com/KeywordPlanner>

☐ Keyword ideas (753)				
☐	Keyword	Competition	Global Monthly Searches <sup>?</sup>	Local Monthly Searches <sup>?</sup>
<input type="checkbox"/>	☆ tablet pc review	High	60,500	22,200
<input type="checkbox"/>	☆ android tablet pc	High	246,000	60,500
<input type="checkbox"/>	☆ cheap tablet pc	High	27,100	8,100
<input type="checkbox"/>	☆ tablet pc software	Medium	14,800	3,600
<input type="checkbox"/>	☆ best tablet pc	High	74,000	33,100
<input type="checkbox"/>	☆ best tablet pc 2011	High	9,900	4,400
<input type="checkbox"/>	☆ windows tablet pc	High	135,000	27,100
<input type="checkbox"/>	☆ new tablet pc	High	14,800	6,600
<input type="checkbox"/>	☆ pc tablet	High	2,740,000	550,000
<input type="checkbox"/>	☆ tablet pc news	Medium	4,400	1,600
<input type="checkbox"/>	☆ android 2.2 tablet pc	High	60,500	12,100

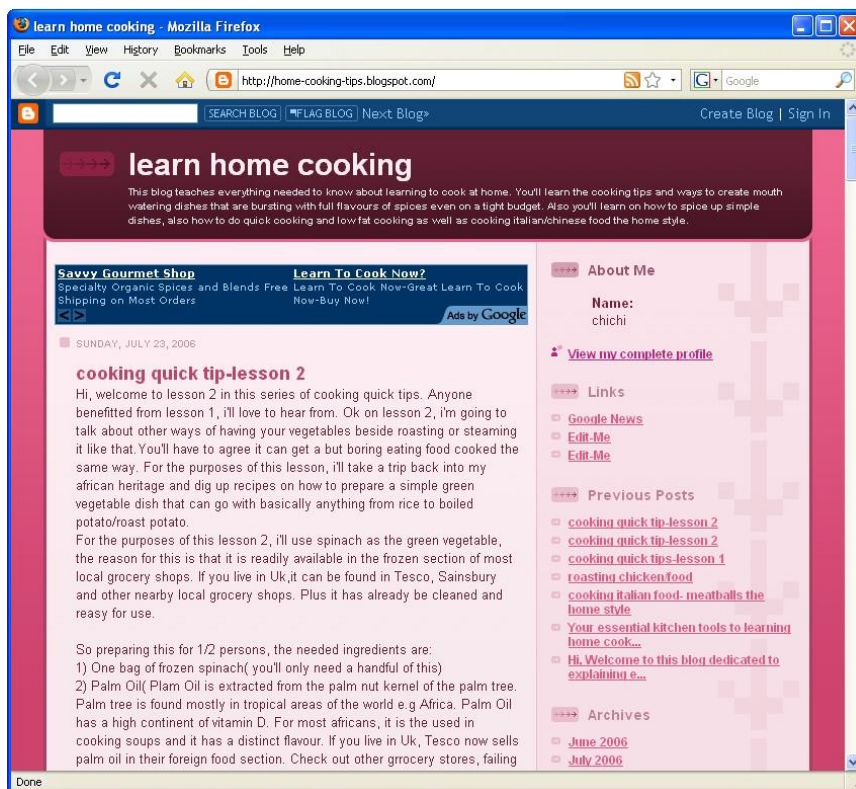
Високо платените клучни зборови за рекламирање на AdWords исто така може да ни дадат идеи за онлајн бизнис.

<b>Финанси:</b> car insurance quote \$46.89 cheap car insurance \$39.79 student loan refinancing \$34.89 mortgages for self employed \$30.45 commercial vehicle insurance \$25.37	<b>Софтвер:</b> billing software \$19.35 human resources software \$17.78 accounting software \$15.90 spyware detection \$15.46 small business software \$14.87
<b>Туризам:</b> caribbean cruise lines \$19.27 backpackers travel \$12.67 medical travel \$10.08 river cruises \$9.22 travel nursing \$7.56	<b>Друго:</b> conference calling \$36.26 laptop data recovery \$ 25.48 online college degree \$16.45 hair removal chicago \$22.75 vasectomy reversal \$20.37 offshore incorporation \$8.14

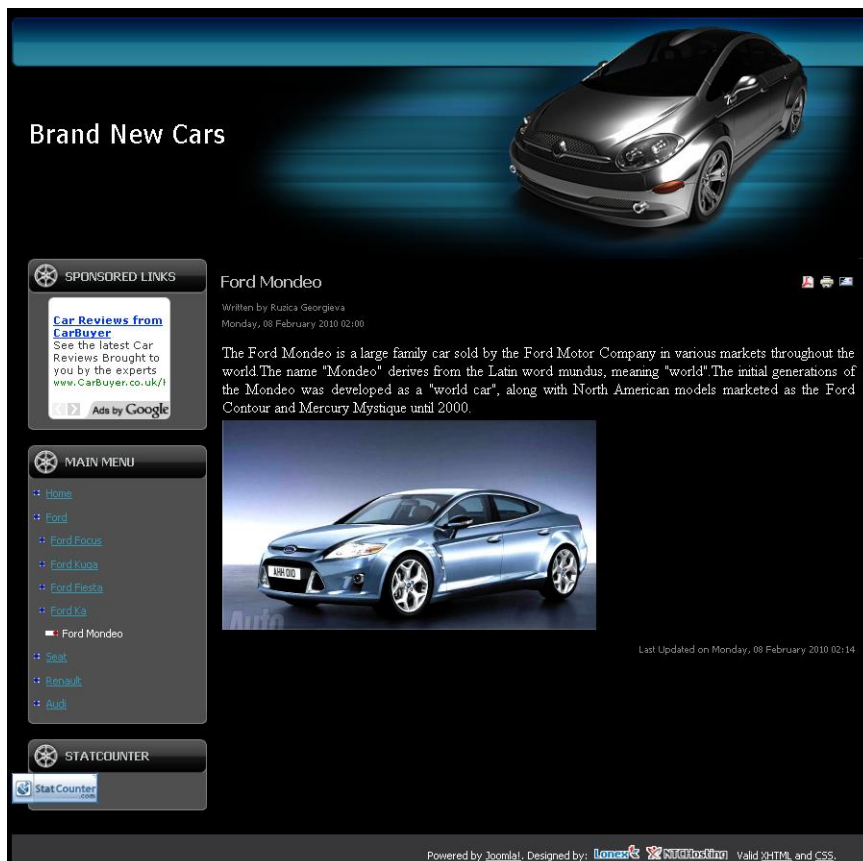
### Предлог идеи за Проектната задача:

Област:	Тема:
Туризам:	-Алтернативен туризам во Македонија -Вински туризам -Археолошки туризам -Локации за Нуркање
Убавина и здравје:	-Како да се отвори салон за убавина? -Нега на коса
Храна и пијалаци:	- Вино - Здрав начин на исхрана. - Органска храна - Мед и пчелни производи - Совети за готвење
Електроника:	- ХД филмови и опрема - Апликации за мобилни телефони
Уредување на Дом:	- Уредување на Спална - Градинарство

## Пример за блог: *home-cooking-tips.blogspot.com*



## Сајт изработен во Joomla од студенти



## Идеи за Афилијативна продажба

Категории на производи: Commission Junction [www.cj.com](http://www.cj.com)

<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>Automotive</b><ul style="list-style-type: none"><li>Cars &amp; Trucks - Motorcycles - Parts &amp; Accessories - Rentals - Tools and Supplies</li></ul></li><li>■ <b>Beauty</b><ul style="list-style-type: none"><li>Bath &amp; Body - Cosmetics - Fragrance</li></ul></li><li>■ <b>Computer &amp; Electronics</b><ul style="list-style-type: none"><li>Computer HW - Computer Support - Computer SW - Consumer Electronics - Peripherals</li></ul></li><li>■ <b>Food &amp; Drinks</b><ul style="list-style-type: none"><li>Gourmet - Groceries - Restaurants - Wine &amp; Spirits</li></ul></li><li>■ <b>Health and Wellness</b><ul style="list-style-type: none"><li>Equipment - Health Food - Nutritional Supplements - Pharmaceuticals - Self Help - Vision Care - Weight Loss - Wellness</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>Home &amp; Garden</b><ul style="list-style-type: none"><li>Bed &amp; Bath - Construction - Furniture - Garden - Home Appliances - Kitchen - Pets - Real Estate - Utilities</li></ul></li><li>■ <b>Seasonal</b><ul style="list-style-type: none"><li>Autumn - Back to School - Christmas - Easter - Father's Day - Halloween - Mother's Day - Spring - Summer - Tax Season - Valentine's Day - Winter</li></ul></li><li>■ <b>Sports &amp; Fitness</b><ul style="list-style-type: none"><li>Apparel - Collectibles and Memorabilia - Equipment - Exercise &amp; Health - Golf - Professional Sports Organizations - Sports - Summer Sports - Water Sports - Winter Sports</li></ul></li><li>■ <b>Travel</b><ul style="list-style-type: none"><li>Accessories - Air - Car - Hotel - Luggage - Vacation</li></ul></li></ul>
---	--

## Примери за афилијативна продажба:

## FEMINIST REVIEW

FEMINIST REVIEW BELIEVES THAT ALL OPINIONS - POSITIVE AND CRITICAL - ARE VALUABLE AND SEEKS TO GIVE VOICE TO COMMUNITIES THAT REMAIN ON THE MARGINS. OUR MISSION IS TO WRITE REVIEWS FROM FEMINIST PERSPECTIVES TO EXPLORE THE WORLD THROUGH AN ANTI-OPPRESSION LENS. WE RECOGNIZE THAT THERE ARE MANY FEMINISMS AND PROVIDE A SPACE WHERE THOSE DIFFERENCES CAN BE REPRESENTED AND EXPLORED. (THAT MEANS WE WANT YOU TO ADD YOUR OPINIONS TOO.)

SUNDAY, OCTOBER 19, 2008

### Servants of the Dynasty: Palace Women in World History

Edited by Anne Walthall  
University of California Press

I had been an ardent fan of a novel series while in elementary school; faux diaries of genuine regal girls. The series was accurate in its portrayal of the pressures that tradition and marriage placed upon princesses, but it was European-centered, and it too often depicted idyll existences. *Servants of the Dynasty*, I was afraid, would be the same, and was relieved to find it a refreshingly realistic portrait of palace women's lives.

The editor, Anne Walthall, gathered an impressively wide selection of pieces, which dealt with royalty in the Ottoman Empire to Mayan Courts to northern Nigeria to Versailles. I was happy that the anthology did not merely deal with European royalty, but also focused attention alternately on Asian, African, and South American



**WHO IS FEMINIST REVIEW?**  
*Feminist Review* is a collective of 400 writers and nine editors. Each week one writer's bio is featured here. This week meet...

**BEEB ASHCROFT**



Originally from London, England, **Beeb Ashcroft** moved to the US in 1980. She has worked in the journalism field for

Препорачување на книги во текстот





[Ads by Google](#)
[Boyfriend Gift Ideas](#)
[Gift Certificates](#)
[Gift Catalogs](#)
[Gift Box](#)

[Baby Birthday Gifts](#) > [Baby First Birthday Gift](#) > [Baby First Birthday Gift](#)

## "Baby First Birthday Gift"

### Baby First Birthday Gifts:



[First Birthday Shirts](#)

[First Birthday Outfit](#)



[First Birthday Bibs](#)



[First Birthday Teddy Bears](#)

#### Orion NPM Software

Monitor all of your network devices in realtime with web-based access.  
www.SolarWinds.com



#### First Birthday Outfit

If it's baby's first birthday and you're looking for 1st birthday party presents or gift ideas. Baby bodysuit in three different colors, perfect for the baby first birthday outfit. Prices starting from \$12.99



#### First Birthday Shirts

Is your baby about to turn one year old with this first birthday t-shirt, they will be able to tell everyone how old they are! The pictures will be priceless! Available in baby blue, violet and white colors. Starting from \$9.99.

## Сайт со афилијативна понуда

Wide Selection, Best Choice!



Moto Metal Skull MO909

**Moto Metal MO951**

Black

Chrome

Moto Metal MO957

Moto Metal Dually MO953

Moto Metal MO955

Moto Metal MO959

Moto Metal MO950

Moto Metal MO958

Moto Metal MO956

Moto Metal MO954



### Moto Metal 951 Wheels

[Shopping Cart](#)

Moto Metal mo-951 Wheels  
16, 17 18 and 20 inch Rims, Chrome and Black 5, 6 and 8 Lug Wheels  
<<< Browse by Size & Color, than by Lug Number (Bolts)



[Moto Metal Series MO951 Gloss Black Machine...](#)  
**\$154.99**  
Bolt Pattern: 5x114.3 (5x4.5) Offset: -12 mm Backspace: 4.53in Rim Size: 16x9



[Moto Metal Series MO951 Chrome - 17 X 9 Inc...](#)  
**\$229.99**  
Bolt Pattern: 5x139.7 (5x5.5) Offset: -12 mm Backspace: 4.53in Rim Size: 17x9



[Moto Metal Series MO951 Chrome - 16 X 9 Inc...](#)  
**\$215.99**  
Bolt Pattern: 5x114.3 (5x4.5) Offset: -12 mm Backspace: 4.53in Rim Size: 16x9



[Moto Metal Series MO951 Chrome - 16 X 9 Inc...](#)  
**\$215.99**  
Bolt Pattern: 6x135 Offset: -12 mm Backspace: 4.53in Rim Size: 16x9



[Moto Metal Series MO951 Gloss Black Machine...](#)  
**\$122.80**  
Bolt Pattern: 5x139.7 (5x5.5) Offset: -12 mm Backspace: 4.53in Rim Size: 17x9



[Moto Metal Series MO951 Gloss Black Machine...](#)  
**\$109.20**  
Bolt Pattern: 6x139.7 (6x5.5) Offset: 0 Backspace: 4.50in Rim Size: 16x8

### Search

Select Category

POWERED BY amazon.com

### Browse by Category

[Ibidibo Rims Shop](#)

15" Rims

16" Rims

17" Rims

18" Rims

19" Rims

20" Rims

22" Rims

24" Rims

26" Rims

[Wheels Accessories](#)

[Tires](#)

[Car Accessories](#)

[Moto Metal 951](#)

[Wheels](#)

[16 Inch Black](#)

[16 Inch Chrome](#)

[17 Inch Black](#)

[17 Inch Chrome](#)

[18 Inch Black](#)

[18 Inch Chrome](#)

[20 Inch Black](#)

[20 Inch Chrome](#)

## Интегрирана Amazon аStore продавница



## Чекори и насоки за изработка на Проекта задача:

### Заеднички елементи (3 Поени)

Една проектна задача може да изработуваат **до 3 члена**

#### 1. Креирање на Блог (веб страна):

- Избор на тема: слободен ([Вежба Бр.2](#)) прочитај и статии за [Генерирање на идеи](#)

- Креирање на Блог на blogger.com. ([Вежба Бр.3](#)) (Опции Joomla, Amazon aStore, Видео Маркетинг на You Tube, и сл)

#### 2. Елементи на блогот:

- приходна програма: Google AdSense ([Вежба Бр.8](#)) (опција Афилијативни линкови)

- веб статистика: StatCounter ([Вежба Бр.6](#)) - Излезни линкови и размена ([Вежба Бр. 5](#)):

*Линк кон e-biznis.net (услов за да се објави на порталот)*

#### 3. Маркетинг преку виртуелни заедници:

- креирање на страница за фанови/следбеници на Facebook ([Вежба бр 11](#)) и

Twitter ([Вежба бр. 12](#))

- постови на Digg ([Вежба бр 14](#)), Stumbleupon и сл.

### Индивидуални елементи (7 поени):

- Додавање на уредници на блог: ([Вежби Бр.7](#)) (еден член од тимот го креира блогот и ги додава другите членови како уредници за да може и тие да работат на истиот блог)

#### 4. Додавање содржини:

(секој член обајвува текстови на заедничкиот блог со име и презиме)

- Авторски текстови

- Пренесени текстови (минимум 10 по член) ([Вежби Бр.4](#)) - Слики **5. Влезни**

#### линкови:

- Креирање на Влезни линкови ([Вежба Бр. 10](#))

Прочитајте ги следните статии за полесно да креирате влезни линкови:

[Линкови на лесен начин.](#)

[Изградба на мрежа од влезни линкови](#)

**Важно:**

Извештајот се поднесува во:

- електронска форма (на оваа страница - уреди го моето испраќање - и
- во писмена форма.

>>> Погледни [пример на форумот за онлајн извештај](#)

>>> [за во писмена форма подигни документ.](#)

### Вежба 1: Креирање на линк

Во најголемиот дел од вежбите ќе биде потребно да креирате линк за да се провери вашата активност и да добиете поени. **Доколку вашите линкови се неисправни нема да добиете поени за зададената вежба.**

Дали линкот е исправен, ќе проверите кога ќе кликнете врз него (откако ќе ја испратите задачата) и ќе ве одведе на web страницата на која може да се провери изработената вежба според упатството.

#### Примери:

**Пример 1:** <http://e-biznisi.net> - не е линкуван и неможе да се кликне на него. (овој линк не е исправен)

**Пример 2:** <http://e-biznisi.net> -е линкуван и може да се кликне, видливиот дел на линкот е ист со самиот линк (т.е. кодот на линкот).

**Пример 3:** [e-Biznisi.net](http://e-biznisi.net) - е исто така линк на кој може да се кликне но има видлив текст кој се разликува од самиот линк.

**Пример 4:** [e-Biznisi.net](http://e-biznisi.net) - изгледа исто како линкот 3 но не води никаде (т.н. broken link). Грешката е во кодот на линкот.

**Линковите 2 и 3 се исправни.**

**Линковите 1 и 4 се неисправни Креирање**

#### на исправен линк:

(Секогаш работете со повеќе отворени прозорци за да може брзо да се префрлите и да го копирате линкот.)

Линк се креира на следниов начин:

Откако претходно ќе кликнете на [уреди го моето испраќање] (види најдоле) 1.

Напишете го текстот на линкот на приемир: Статија за Идеи . (Текстот може да биде ист како и самиот линк како во примерот бр2.)

2. Текстот Статија за Идеи селектирајте го: (Статија за Идеи) потоа

кликнете ја иконата

3. Во делто за URL залепете го (paste) или напишете го линкот во целиот формат вклучувајчи и http:// (но внимавајте http:// да не се повтори двапати)

3.1. Линкот што треба да го копирате ќе го земете од веб страницата на која се наоѓа вашата изработена задача (т.е најгоре на прозорот)

### **Задача:**

За да точно ја изработите Вежба бр1 треба да креирате исправен линк за статијата „**Како до идеи за Интернет бизнис**“ која што ќе ја побарате на следниот [линк](#). Дадениот линк не води директно до статијата туку до рубриката **Генерирање на идеи**. Вашиот линк мора да води до наведената статија директно.

Доколку имате проблеми при изработка на задачата поставуајте прашања во >>> форумот.

За да го испратите вашето решение за задачата кликнете [[уреди го моето испраќање](#)] (види најдоле)

**Откако ќе го испратите уредувањето задолжително кликнете на линкот за да видите дали води до вистинското место.**

### Вежба 2: Онлајн Истражување

- Разгледување на порталот [e-Biznisi.net](http://e-Biznisi.net)

(Порталот е-Бизнис Проекти (e-biznisi.net) претставува едукативна алатка за сите студенти, и другите лица кои се заинтересирани да го изучуваат електронскиот бизнис и неговата примена. Порталот е креиран како поддршка за предметот е-Бизнис на Економскиот Факултет во Штип, и ќе им послужи на студентите да го прошируваат своето знаење од областа на е-бизнисот, да објавуваат статии и да ги промовираат проектите задачи. )

- [Google напредно пребарување](#) ○ Напредното пребарување овозможува полесно изнаоѓање на посакуваните содржни на Интернет. Особено е корисно кога студентите бараат материјали за семинарски трудови или други корисни информации. Со напредното пребарување се освен внесените клучни зборови се допрецизираат и други детали кои овозможуваат побрзо пронаоѓање на бараната информација.
  - Одберете фраза за пребарување: приемир: Business Ideas ○ Користете напредни параметри (Формат на датотека, појавување и сл.) Кај Формат на датотека: наместо кој било формат одберете .pdf или .doc
  -
- Разгледување и проширување на листата со е-бизнис идеи ○ Да се прочита текстот: [Како до идеи за Интернет бизнис](#) ○ Да се разгледа [Листата со идеи за проектната задача](#)

Како решение на оваа задача студентот во уредувањето (задолжително) наведува:

- која рубрика на порталот e-Biznisi.net ја смета за најкорисна и интересна - се наведува фразата за пребарување на Google, форматот на датотека и првиот резултат во форма на линк
- се наведуваат три нови идеи од различни области (brain storming)

**Пример за решена вежба:**

1. **Најкорисна рубрика на e-biznisi.net:** Контакт (вие задолжително избирате друга)

2. **Google напредно пребарување:**

- пребаруван термин: business ideas (вие бирате било кој друг термин) -  
формат на датотека: .pdf

- Резултат бр 1 :

link:[http://www.eller.arizona.edu/docs/press/2007/03/Entrepreneur Tried and true business ideas March 2007.pdf](http://www.eller.arizona.edu/docs/press/2007/03/Entrepreneur_Tried_and_true_business_ideas_March_2007.pdf)

3. **Нови бизнис идеи:**

Домашни миленици: Се за кокер шпаниел, совети за ловење риба

Спорт: Опрема за сокер

Туризам: Пештерски туризам во Македонија



### Вежба 3: Креирање на веб сајт на платформата [Blogger.com](https://www.blogger.com)

Пред да ја започнете оваа вежба одлучете **на која тема ќе биде вашиот блог**.

Со оглед на тоа што проектната задача подразбира изработка на блог со оваа вежба вие фактички и започнувате со изработката на Проектната задача. Вежбата треба да **ја изработуваат сите студенти** без разлика што проектната задача се изработува во тимови.

За овој блог размислувајте како за **ваш Интернет бизнис** од кој можете да заработите. **Блогот е еден од наједноставните е-бизнис модели** кои што постојат на интернет. Од блог може да се заработува од **објавување на реклами и афилијативни линкови**, а за да заработувате треба да имате што повеќе читатели ондно посетители на истиот .

При изборот на тема пред се тргнете од тоа кои би биле вашите читатели и што нив би ги интересирало. За тоа како да дојдете до идеја и што да им понудите на вашите читатели прочитајте ги „Десетте чекори за започнување на Е-Бизнис“ (работен материјал стр.83) како и статијата [Како до идеи за интернет бизис](#) . Исто така може да погледнете што работеле студентите од претходните генерации >>>[2009](#)<<< и >>>[2008](#)<<<.

Пожелно е темите на блогот да бидат **на англиски јазик** затоа што така ќе најдете многу повеќе содржини за вашиот блог но и повеќе потенцијални посетители а со тоа и поголема можност за заработка.

**Во рамките на оваа вежба вие ќе треба да го направите следното:**

(Погледнете го и [детално упатство за отварање на блог](#) за вежба бр3. 4. и 5)

- следете го [линкот](#) и кликнете на >create your blog now>
- креирајте акаунт со постоечка е-меил адреса
- именување на блогот (избор на наслов и адреса)
- избор на темплејт (позадина)
- верификација на акаунтот (клик на линк во примена порака на е-поштата)
- поставување на една содржина
  - Наслов на текстот: Име Презиме
  - Содржина (тело): Име Презиме, Бр Индекс
    - Етикети (labels) : Статус (студент, вработен) Пол, Град (се оддвојуваат со запирка)
- Евидентирање на изработена вежба (тука на е-учење т.е. [уреди го моето испраќање](#))
  - Постави линк до отворениот блог на [blogger.com](https://www.blogger.com)
  - Пример: [Мој Блог за Пример](#)

Деталното упатство ќе го најдете >>>[тука](#)<<< а ако е нешто нејасно, на форум поставувајте и одговарајте на прашања. (Упатството ќе ви помогне и за изработување на вежбите бр 4 и Бр 5)

### Joomla - Систем за менаџмент на содржини



Појавата и развојот на Joomla, кој претставува бесплатен (open source) софтвер за менаџмент на содржини, на голем број фирми, интернет претприемачи, и индивидуи им овозможува на лесен и брз начин да изработат професионални и функционални веб сајтови за своите потреби.<sup>10</sup>

Џумла може да се користи за секакви намени почнувајќи од едноставни информативни веб страни па се до софистицирани е-комерц решенија. Располага со најразлични модули и компоненти за додавање на разни функционалности а нивниот спектар постојано се проширува.

Меѓу многубројните компоненти кои може да се додадат во Joomla а кои го подобруваат изгледот и функционалноста на сајтот би ги спомнале следните: електронска кошничка и каталог на производи, форуми, коментари од корисници, книга на посетители, мрежна заедница, CMR, галерии, анкети, објавување реклами и афилијативни производи итн.

Џумла пакетот може бесплатно да се преземе од Joomla.org а достапен е и на македонски јазик. После симнувањето на пакетот истиот треба да се постави на Линукс сервер (хостинг) кој е претходно обезбеден (под комерцијални услови) истиот да се поврзе со конкретна веб адреса (domain name) и после неколку нагодувања може веднаш да се користи т.е. да се поставуваат содржини на веб страната. Секој што знае да користи интернет и да испрати е-маил е во можност самостојно да го постави Џумла пакетот со помош на кратки, чекор по чекор упатства достапни на интернет. Еднаш поставениот пакет на сервер после тоа може да се прилагодува и дополнува зависно од потребите без притоа да се загрозат претходно поставените содржини.

Фирмите кои ќе се одлучат да употребуваат Joomla може да одберат некое од бесплатните графички решенија (темплејти) но пожелно е да нарачаат или изработат уникатно за да воспостават сопствен графички идентитет во Интернет светот. Секако не треба да се заборава и поставувањето на лого карактеристично за компанијата или за веб сајтот.

---

<sup>10</sup> Wenz, Christian, and Tobias Hauser. *Mastering Mambo: E-Commerce, Templates, Module Development, SEO, Security, and Performance*. Packt Publishing Ltd, 2005.

### Вежба 4: Објавување на содржини (текстови) на сајтот

Во претходната вежба отворивте ваш блог и научивте како да објавите текст (post). Вашиот блог, преку адресата која самите ја одбравте сега е достапен во целиот свет, т.е. секој што има интернет би можел да го погледне.

Следно што треба да направите е **да го збогатите блогот со содржини**. Во светот на интернетот е позната изреката “content is king” или „содржината царува“. Доколку на блогот има што да понудите за читање и разгледување можете да го привлечете вниманието на интернет корисниците а со тоа и да заработиувате. На блогот може да објавувате различни содржини како на пример **видеа, слики, линкови, статии и сл.** Сепак носечка содржина на блоговите треба да бидат текстуалните написи или статии кои може да бидат пропратени со други содржини како на пример слики.

Креирањето на **уникатни, оригинални, и интересни содржини** е најдобар начин да се привлечат читатели. Сепак таа задача не е едноставна и поради тоа ние за овие вежби (а и понатаму за проектната задача) легално **ќе пренесеме текстови од други автори**. Тоа ни го овозможуваат специјални веб сајтови - така наречени „езини“ (електронски магазини), чија намена е слободна размена на статии напишани одразни автори.

#### Во рамките на оваа вежба вие ќе треба да го направите следното:

1. Отворете два прозора истовремено во прелистувачот (Firefox или Explorer)

Во едниот прозорец ќе отворите еден од е-зините наведени подоле (точка 2) а во другиот логирајте се на вашиот блог креиран во претходната вежба (точка 3).

2. Пребарување на текстови од [EzineArticles.com](http://EzineArticles.com) (алтернативно од [www.isnare.com](http://www.isnare.com) [articleblast.com](http://articleblast.com) или [goarticles.com](http://goarticles.com))

- текстовите (Артклите) се пронаоѓаат преку категориите [1] или преку пребарувачот [2] (search) Слика 4.1

Слика 4.1

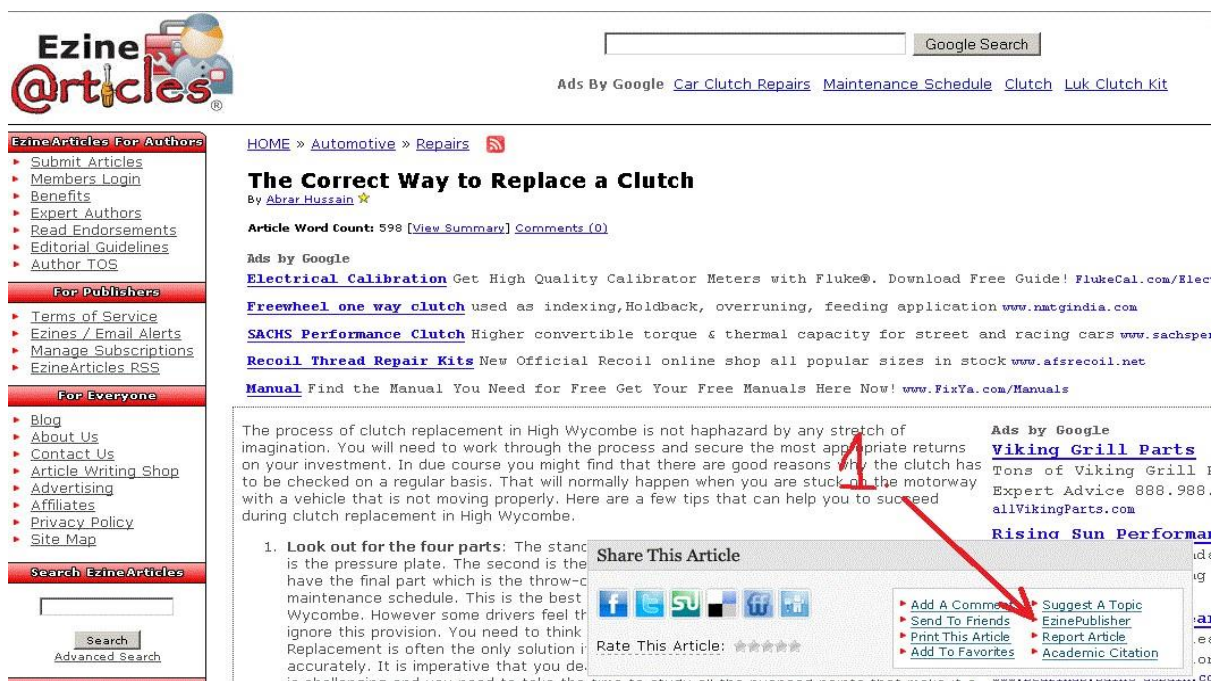


пребарувајте и одберете текстови (минимум 3) кои треба да се постават на блогот - текстовите нека бидат тематски поврзани со веќе отворениот блог или со проектната задача.

(На пример: ако вашиот блог е за ловење риба барајте текстови за мамци (baits))

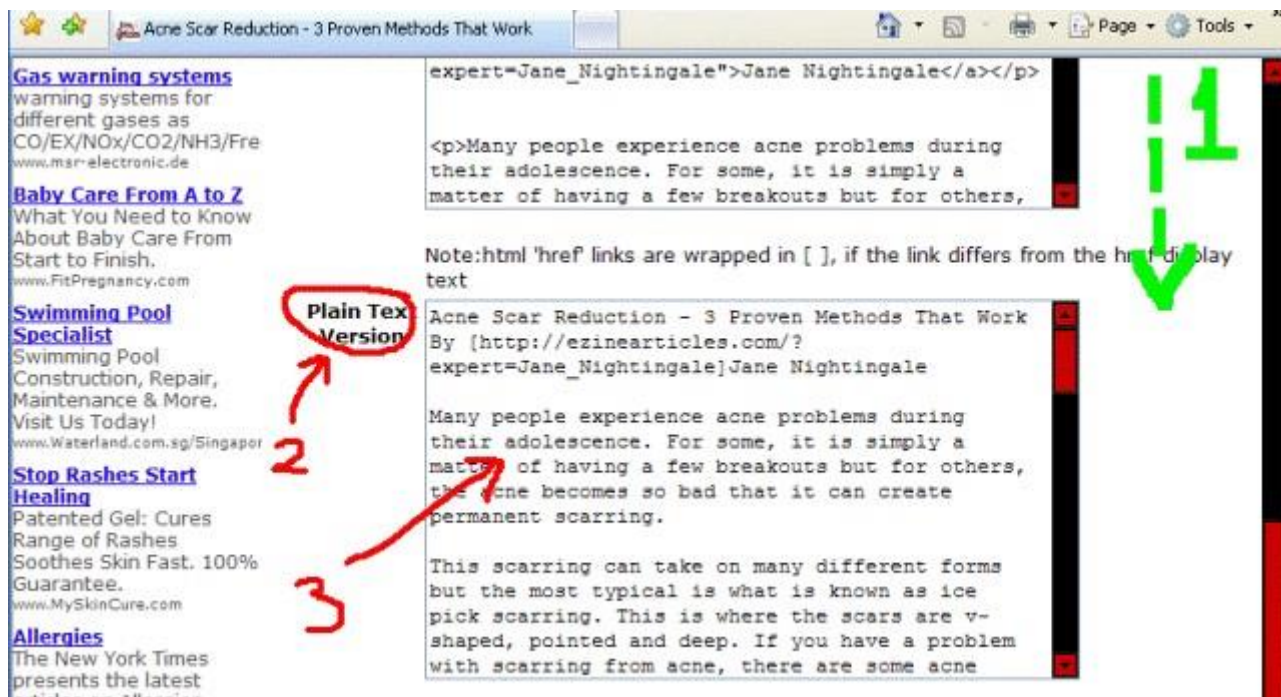
- Отворете го одбраниот текст (артикал)

Слика 4.2



- откако ќе се отвори артиклот се оди на >Ezine Publisher (подоле во статијата) [1] а потоа се селектира и се копира текстот од полето Plain Text Version Слика 4.3 [2] и [3]

Слика 4.3.

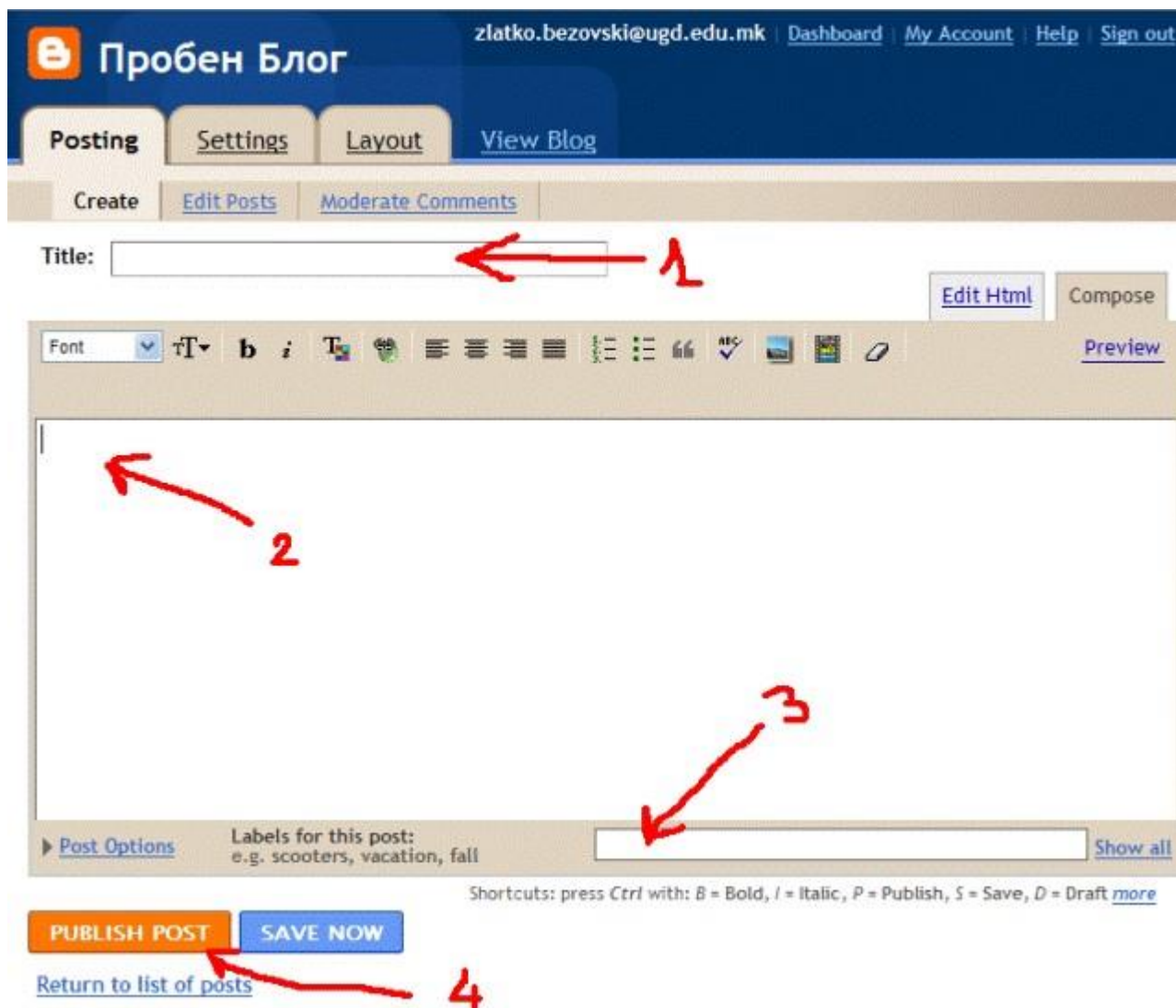


3. Се префрлате во вториот прозорец каде што сте логирани на вашиот блог на [blogger.com](http://blogger.com).

- копираниот текст (од точка 2) се залепува (Paste) во рамки на блогот (New Post или >Posting >Create) во полето за текст. Слика 4.4 [2]
- се додава насловот на текстот во полето Title [1]
- на секој текст додавате етикети (labels) доле десно [3] (етикетите овозможуваат категоризирање на текстовите) пример, artificial baits (вештачки мамци)) (ако ставате повеќе етикети одвојте ги со запирка) етикетите се состојат од еден до три збора и ја накратко ја означуваат темата на текстот.



Слика 4.4.



- откако ќе ги поставите потребните елементи кликнете на Publish Post [4]

- Не заборавајте да пренесете три различни текста за да ја завршите ова вежба.

4. Поставуваат линк до вашиот блог >>> [на форумот](#) <<<

- следете го примерот на форумот за да поставите линк до блогот каде што и другите студенти ќе може да видат.

5. За да се евидентира активността на оваа вежба поставуваат линк до вашиот блог (Уреди го моето испраќање) како и во претходната вежба бр.3



Пример: [Start Internet Business](#)

## Вежба 5: Додавање елементи на блогот (сајтот)

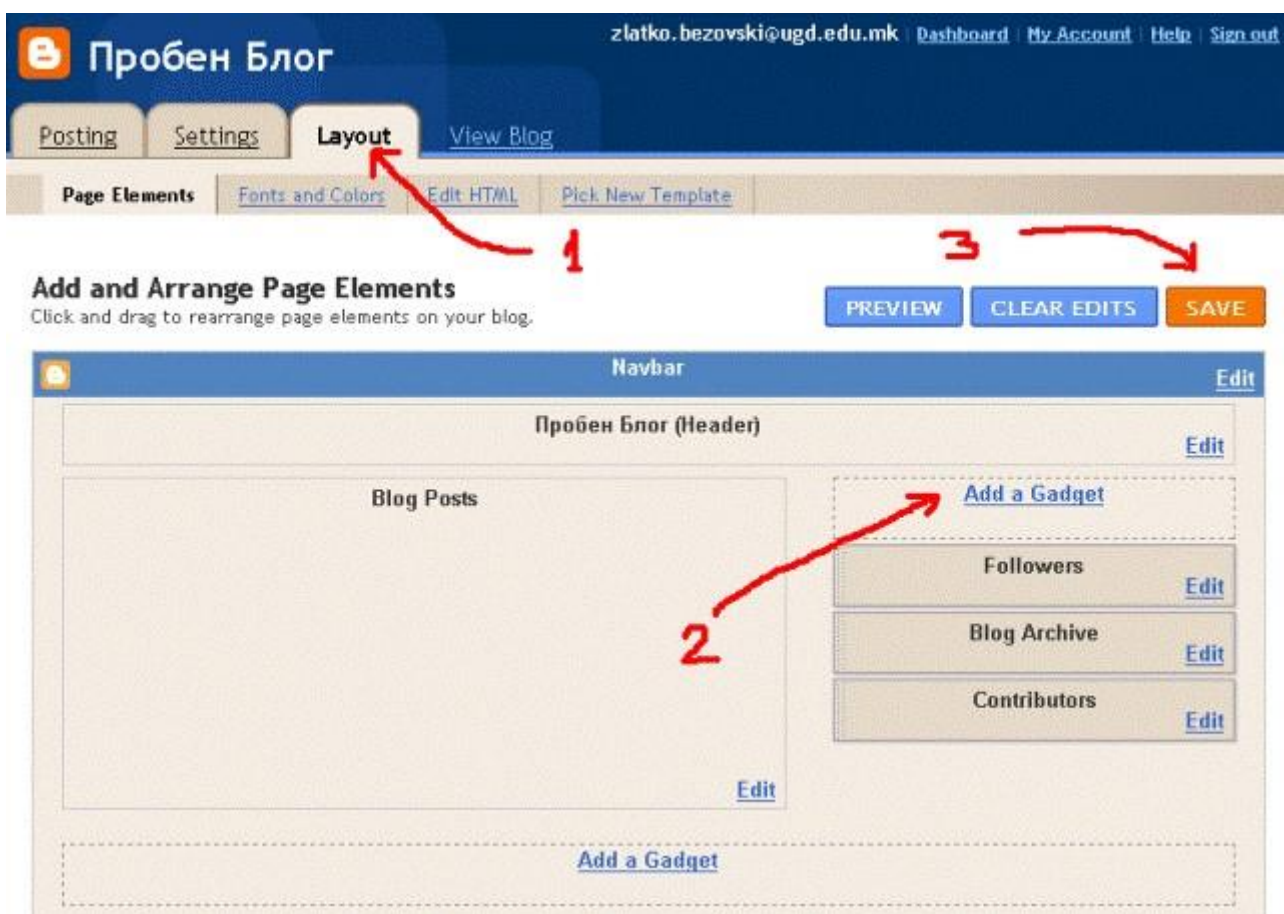
За оваа вежба вие треба да ги додадете следните елементи (gadgets) на вашиот блог:

- Labels (Етикети)
- Link List (Листа со линкови и три линка во листата)
- Еден елемент по ваш избор. (Calendar, slide show, text, picture itn)

Изгледот на блогот т.е. кои елементи ќе ги додадете, како тие ќе бидат распоредени, и како тие ќе изгледаат може да ги уредувате во делот Layout

**или Design**

Слика 5.1



Поставеноста на блогот може да ја погледнеме со кликување (1) во горното мени.

На сликата се гледа распореденоста на елементите во рамки на блогот. Ваша задача е да додадете три нови елементи (2) - [Add a Gadget] и тоа labels, link list и еден по ваш избор

Откако ќе кликнете на [Add a Gadget] лесно ќе ги пронајдете и поставите бараните елементи. Потоа секогаш кликувајте на Save опцијата кога ќе направите промена.

### **Додавање на елемент линкови (LinkList)**

На вежбите ќе поставуваме излезни линкови кон три веб страни

1. Текст на линкот (New Site Name): Ekonomski Fakultet

Адреса (New Site URL): <http://eco.uqd.edu.mk/>

2. Текст на линкот: e-Biznis Proekti

Адреса: <http://e-biznisi.net>

3. Ваш избор (линк до било која друга веб страна)

Додавањето на линкови може да го направите во Layout > add Gadget > Link list

The screenshot shows a web form for adding a new link. The form has the following fields and controls:

- BACK** button (top left)
- Наслов на линк менито** (Title) label with a red arrow pointing to the **Title** input field containing "Useful Links".
- CANCEL** button (top right)
- SAVE** button (top right)
- Number of links to show in list** input field with a placeholder "Leave blank to show all links".
- Sorting** dropdown menu set to "Don't Sort".
- Адреса на линкот** (New Site URL) label with a red arrow pointing to the **New Site URL** input field containing "http://e-biznisi.net".
- Наслов на линкот (видлиб дел)** (New Site Name) label with a red arrow pointing to the **New Site Name** input field containing "Е-Бизнис Проекти".
- ADD LINK** button (right side)
- Edit Delete** link (bottom left)
- Економски Факултет - Штип** text (bottom left)
- BACK** button (bottom left)
- CANCEL** button (bottom right)
- SAVE** button (bottom right)

После секој додаден нов линк кликнете ADD LINK, а откако ќе ги додадете сите три линка кликнете на SAVE

### Евидентирање на изработката на вежбата:

Како и во претходните две вежби додадете линк до блогот за да може да ви се прегледа изработеното. Пример: [Супер Блог](#)

## Вежба 6: Веб статистика и аналитика

### I. Поставување на веб статистика (бројач) на блогот.

Веб статистиката и веб аналитиката се мошне корисни алатки за следење на бројот на посетителите на веб страната и нивното однесување.

Ваквите алатки ни овозможуваат податоци како што се:

- Број на посетители (дневно , месечно , во разни периоди од денот)
- Нивна локација (по држави и градови)
- Веб страни од каде доаѓаат
- Пребарувачи од кои доаѓаат и клучни зборови кои ги користеле да не пронајдат
- како и други корисни информации

За оваа вежба на вашиот блог (отворен на Вежба 3) вие треба да поставите статистика од [StatCounter.com](http://StatCounter.com)

1. На почетната страна од [StatCounter.com](http://StatCounter.com) кликнете на REGISTER NOW!> Во формата за регистрација внесете ги вашите податоци:

ACCOUNT DETAILS	
Username	<input type="text" value="zbezovski"/>
Email	<input type="text" value="zlatko.bezovski@ugd.edu.m"/>
Password (case sEnSitive)	<input type="password" value="....."/>
Confirm Password	<input type="password" value="....."/>
PERSONAL DETAILS	
First Name	<input type="text" value="Bezovski"/>
Last Name	<input type="text" value="Zlatko"/>
Company Name (optional)	<input type="text"/>
Country	<input type="text" value="Macedonia"/>
Date Format	<input type="text" value="11th December 2008"/>
Time Format	<input type="text" value="01:58:32"/>

I accept the [terms and conditions](#).

2. На следниот екран кликнете на Add a StatCounter Project >>

3. На екранот (види доле) внесете:


- име на блогот и адреса
- задолжително обележете го полето Public Stats (ова носи 1/2 поени)

PROJECT SETTINGS	
<b>Website Title</b>	<input type="text" value="ime na blog"/>
<b>Website URL</b>	<input type="text" value="http://stiplog.blogspot.com"/>
<b>Category</b>	<input type="text" value="Business"/>
<b>Timezone</b> based on 'My Profile' settings	<input type="text" value="GMT+1:00 Europe/Skopje (CET)"/>
<b>Maximum Visit Length</b> Used to calculate your unique and returning visitors from a cookie. If this amount of time or more has elapsed since a visitor last visited a page on your website, then that visitor is considered unique. We recommend setting it between 1 and 6 hours. We don't recommend setting it to 24 hours and above.	<input type="text" value="30 mins"/>
<b>Log Size</b> Resources are limited, so we can only keep a detailed log of your most recent visitors. Unless you upgrade your account the maximum log size you can have is 500.	<input type="text" value="500"/>
<b>IP Blocking</b> You can specify your IP Address 79.99.56.150 or a range such as 212.14.23.* or even 212.*.*.* to be blocked. This prevents you or someone from your organisation inflating your count. Put each IP address on a new line with no spaces if you want it blocked. Or empty the box if you want to count all visits.	<input type="text"/>
NON-ADMIN USER ACCESS TO THIS PROJECT	
<b>Public Stats</b> Allow anyone to view your stats.	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="Next &gt;"/>	

- кликнете Next





4. Кликнете на Configure and Install Code >>

5. На следниот екран (види доле) задолжително обележете го полето BUTTON ONLY

<b>VISIBLE COUNTER</b> This code will place a small, customisable number on your pages indicating to you and your visitors how many people have visited each page. The counter's appearance can be adjusted using further options in this wizard. Example: 0000000099	<input type="radio"/>
<b>INVISIBLE COUNTER</b> The code generated by this option will make the counter invisible, and no indication to your visitors as to how popular a particular page is.	<input type="radio"/>
<b>VISIBLE COUNTER ON HOMEPAGE ONLY</b> This option will generate two pieces of code - one for your homepage that will display the counter there, and one for your other pages which will make it invisible.	<input type="radio"/>
<b>BUTTON ONLY</b> This option will generate code that simply displays a StatCounter button - a great way to support the site! Example: 	<input checked="" type="radio"/>

**Next >**

6. Потоа одберете го изгледот на копчето (види слика доле) И задолжително обележете го делот > Add the Link?

<b>BUTTON TYPE</b> Opposite are examples of the buttons that are available. Please choose one.	<input type="radio"/> 
	<input type="radio"/> 
	<input checked="" type="radio"/> 
	<input type="radio"/> 

| **ADD A 'VIEW MY STATS' LINK?** Select this option to add a 'View My Stats' link, which will allow anyone to view your site's stats. This will make your project public. You can also customise the text of the link. | Add the Link? Custom Link Text: |

**< Back**

**Next >**

- 6.a. На следниот екранот кликнете само Next>
7. Потоа на следниот екран ќе видите код кој што треба да го поставите на вашиот блог.

Селектирајте го кодот и копирајте го.



Your StatCounter code:

```
<!-- Start of StatCounter Code -->
<script type="text/javascript">
var sc_project=4296602;
var sc_invisible=0;
var sc_partition=54;
var sc_click_stat=1;
var sc_security="0d078e24";
</script>

<script type="text/javascript" src="http://www.statcounter.com
/counter/counter_xhtml.js"></script><noscript><div
class="statcounter"><a title="website statistics"
class="statcounter" href="http://www.statcounter.com
/free_web_stats.html"></a></div></noscript>
<!-- End of StatCounter Code --><br><a
href="http://my.statcounter.com/project/standard
/stats.php?project_id=4296602&guest=1">View My Stats</a>
```

**Blogger - StatCounter Code Installation Instructions**

1. Copy the StatCounter code (highlight + ctrl c)
2. Log into your blogspot blog.
3. Go to the layout area.
4. Click the link for "add a gadget"
5. Choose the "HTML/JavaScript" option.
6. Paste the StatCounter code into the content section of the gadget. (ctrl v)
7. Click "Save".

8. Отворете го вашиот блог на [Blogger.com](http://Blogger.com) и во одделот Layout одете на Add Gadget > HTML/JavaScript  
Во големото бело поле залепете го кодот од StatCounter (Точка 7.) и притиснете Save.

### Пример за евидентирана активност:

Поставен StatCounter на <http://stiplog.blogspot.com>

### Вежба 7: Додавање на уредници (автори) на вашиот блог

За да може повеќе лица да учествуваат во уредување / ажурирање на еден ист блог потребно е им дозволите таков пристап на вашиот блог. Ова ќе ви треба и доколку работите тимски на прокетната задача.

Логирајте се на вашиот блог.

Во делот >Settings > Permissions > [ADD AUTHORS] треба да ги додадете е-

меил адресите (од членовите на тимот) разделени со запирки.

(Адресите да бидат оние со кои студентите се логираат на Blogger)

Потоа кликнете на [Invite]



окако ќе го направите ова на блогот ќе се појави Gadget - Contributors

Осигурајте се дека Contributors стои на блогот за да може да ги добиете поените.(ова обично е под дифолт освен ако сами претходно не сте го отстраниле)

**- додадете минимум два члена за два поена (еден член 1 поен)**

(додадените членови мора да ја прифатат вашата покана за да се појават како Contributors)

**Пример за евидентирање на активност:**

Додадени два автора на [Мојот Блог](#)

**(испратете уредување само откако ќе бидат видливи Contributors блогот)**

### Вежба 8: Приходна програма на Google AdSense

**(приходи преку објавување на реклами на блогот)**

AdSense програмата на Google овозможува на вашиот блог да емитувате реклами а со тоа добивате можност и реално да заработите доколку успеете да привлечете посетители.

За да може да се појавуваат реклами во рамки на блогот потребно е прво да се аплицира. (Ова направете го внимателно бидејќи имате право само на една сметка на Google AdSense истата подлежи на одобрување)

(AdSense приходниот модел е потребно да се интегрира и во проектната задача)

**За да ги интегрирате рекламите на блогот направете го следното:**

1. Логирајте се на вашиот блог на Blogger.com
2. Одете на Design > Monetize (на блогот на кој сакате да се појават рекламите)
3. Детално следете ги упатствата. Одберете тип на акаунт [Individual] и оставете ваши вистински податоци.
4. Почекајте и до 48 часа. (Доколку ви стигне е-меил **задолжително да извршите верификација на акаунтот.**)
5. Доколку правилно го извршите активностите ќе почнат да се емитуваат рекламите на блогот (не треба да стои Public Service Ads by Google туку само Ads by Google)
6. Позицијата и изгледот на рекламите може да се уредува преку Monetize > AdSense Overview > Customize/Add ads. а исто така преку Design > Ad a Gadget > AdSense да се додаваат нови блокови со реклами. (Најмногу до три)

**Како решение** на оваа вежба **испратете линк до вашиот блог откако ќе почнат да се појавуваат рекламите** (ако се појавува реклама за Blogger или стои Public Service Ads by Google потребно е да извршите верификација на акаунт преку е-маилот пристигнат во инбокс).

**Внимание:** На блогот не смее да имат забранети содржини како што се на пример: текстови и слики со заштитени авторски права, спортско кладење, коцкање, порнографија, насилство, оружје, дрога и сл. Во спротивно нема да ви биде одобрена сметката и нема да може да добиете поени.

**Алтернативни варијанти:**

Наместо Google AdSense може да ставите и други реклами. Пример:  
bidvertiser.com , adbrite.com , clicksor.com

Или пак афилијативни линкови од: ClickBank.com CJ.com Amazon.com

### Вежба 9: Продажба на маици (со ваш дизајн) на CafePress.com

(оваа вежба не е поврзана со проектната задача)

CafePress.com е онлајн бизнис кој продава печатени маици и други производи по принципот print on demand, односно печатење откако ќе се изврши нарачката.

CafePress.com воедно на своите корисници/партнери им овозможува да креираат и сопствени виртуелни продавници во кои ќе се продаваат производи со нивни самостојно изработени дизајни со што добиваат можност и да заработат.

Пред да започнете со оваа вежба спремете слика која ќе ја закачите на производите.

Доколку имате познавања од графички дизајн препорачуван да изработите слика во формат

PNG 24 со транспарентна позадина. Сликата нека биде во квадратна форма со димензии 2000x2000 пиксели (минимум 1000x1000). Формата не мора да е квадратна но е препорачливо за да ја собере на различни производи.

Доколку немате ваша слика, на компјутерот симнете некоја од следните:

(Кликнете на десното копче од глумчето и одберете Save Pictutre As.)

08



$$\sqrt[6]{39} + \frac{1}{27} = ?$$

Happy New  
2009

UGD

1. Одете на [CafePress.com](http://CafePress.com) и кликнете на **Start selling**
2. Одберете **Basic Shop > Get started**

3. На следниот екран внесете ги податоците кои се бараат од вас
4. Одговорете на прашањата според сликата доле и кликнете на **Open Your Shop**

### Welcome to CafePress.com!

Start setting up your online shop by answering these eight questions:

1. Do you have a Web Site?	<input type="radio"/> Yes <input checked="" type="radio"/> No
URL: <input type="text" value="http://yoursitehere"/>	Visitors per month: <input type="text" value="Under 10,000"/>
2. Who is your target customer?	<input type="text" value="Website traffic/general public"/>
3. If your target audience is a group, organization or company how many members/employees does it have?	<input type="text" value="5000+"/>
4. When do you plan on launching your store?	<input type="text" value="Immediately"/>
5. How would you rate your ability to use the internet?	<input type="text" value="I know my way around the web - intermediate"/>
6. Do you currently have artwork ready for your shop?	<input type="text" value="Yes."/>
7. What would you like to sell?	<input type="text" value="Merchandise (T-shirts, mugs, etc)"/>
8. If selling merchandise, please tell us which of the following categories best describes the products you want to sell.	<input type="text" value="Personal"/>

**OPEN YOUR SHOP!**

5. На следниот екран кликнете на **Open a basic shop**
6. Потоа треба да ги внесете основните информации за вашата продавница:  
Пополнете ги полињата :  
**Shop ID \*** (може бројот на индекс, не треба да е зафатено)

**Shop Name \*** (Името на продавницата, Кое сакате)

Кликнете на **I agree** а потоа на Submit

7. Копирајте го или запишете го линкот.  
(Треба да го внесете во коментарот за евидентирање на активноста.)  
Потоа кликнете на **Build Your Shop**

8. Кликнете на **Add 1 or more products**

9. Одете прво во делот **Select Image** (под квадратот во кој пишува No Product Image)

9.a Кликнете на **Upload New Image**

Под **Разгледај/Browse** прикачете ја сликата. (Селектирајте I Agree) и кликнете Upload

Во полето *Tags/Keywords*: внесете клучни зборови или фрази кои ја објаснуваат сликата

(разделени со запирка) . Внесете зборови кои купувачите би ги користеле за да ја пронајдат.

Како ги внесувате клучните зборови, разделени со запирка, можете да следите (Your Tags :

колку пати тие се пребарувани од купувачите. Одберете категорија и кликнете на **Done**

На следниот екран притиснете **Select** под сликата

**9.b** Повторно сте во делот за селектирање на производи:

Селектирајте не повеќе од 50 производи.

Пример: **Shirts, Caps, Bags, Mugs**. Можете да селектирате група производи или еден по еден производ.

Откако ќе ги одберете производите одете на **Add these products**

10 Ќе се појави одделот за уредување на производи.

Селектирајте **Check All Items** и во полето каде што пишува **Choose an option** одберете

**Change Price Markup** и кликнете на **Go**.

На следниот екран треба да ја одредите маржата (вашата заработка на еден производ).

Кафе прес дава своја цена (набавна) а вие треба да ја надградите. Имате две опции;

или како процент од набавната цена или како апсолутен износ кој вие ќе го заработите за секој производ.

Мој предлог е да не одите над 40 % или над 6 долари фиксна вредност

(Препорака 20% или 3 долари)

Откако ќе ја дефинирате маржата кликнете **Apply changes**

Повторно се враќате во одделот за уредување на производи и доколку сакате можете секој



производ поодделно да го уредите (големина и позиција на слика: џеб, грб и сл.,

потоа цена опис и сл.)

Кликнете на **Done** и вашата активност е завршена со што треба уште да ја евидентирате како коментар.

На следниот екран Shop Management можете да ја уредувате продавницата.

Тука се наоѓа и линкот до истата со што можете и да ја погледате.

За да закачите повеќе различни дизајни за секој од нив отворете нова Основна продавница (Basic Shop) и повторете ги истите чекори.

**Пример за изработена вежба:** <http://www.cafepress.com/081234>

### Вежба 10: Поставување на влезни линкови.

**Забелешка:** Пред да почнете да ја работите оваа вежба пожелно е веќе да сте започнале со проектната задача и линковите да ги насочите кон неа за да немора истото да го правите два пати.

**Влезни линкови** се оние линкови кои се поставени на други веб сајтови а водат кон нашиот сајт, блог, проект и сл.

Влезните линкови се значајни од два аспекта:

1. носат посетители на веб страната
2. вреднувани се од пребарувачите и помагаат страниците да котираат во нивните листинзи (Оптимизација за пребарувачи) што ќе ни донесе и други посетители. (Заглавје 3.4.6 стр 149 - 152 од материјалот)

За оваа вежба **поставете барем еден линк** кон вашата проектна задача (или блог):

#### ***Можности за поставување линкови:***

Градењето мрежа од влезни линкови не е воопшто едноставен и лесен процес но сепак постојат и полесни начини како да се дојде до по некој влезен линк.

За полесните начини да дојдете до линкови прочитајте ги статите:

[Изградба на мрежа од влезни линкови](#) и [Линкови на лесен начин.](#)

Еве ви неколку можности да поставите влезен линк: **1.**

[Apsense.com](#) (Виртуелна мрежа за промовирање на бизнис)

Кликнете на линкот и креирајте профил.

Во полето за Homepage внесете ја адресата на вашиот блог

Пример: <http://stiplog.blogspot.com>



The screenshot shows the APsense.com registration page. At the top, there is a navigation bar with buttons for Home, Ask & Answer, Business Blogs, Business Centers, and Apsense iChannels. Below this is the heading "Create a new account". The form includes several fields: Username, Password, Verify, Email, Display Name, Homepage, and Auth-Code. Each field has a corresponding input box and a small text instruction. The Auth-Code field shows a CAPTCHA with the numbers 9975 and a "Listen to" button. At the bottom of the form is a "Create an account" button.

Следете ги упатствата. На следниот екран клинете на >Setup Profile Now!

за да ја видите адресата на вашиот профил. (линкот кој синкот кој сте го внеле ќе го најдете во вашиот профил под сликата како Homepage и проверете дали води на вистинското место)

Пример: <http://www.apsense.com/user/zbezovski>

Следните можности за линкување се незадолжителни (ќе ви користат за проектната задача)

## 2. [Small Business Ideas Forum](#)- Форум за размена на искуства во областа на малиот бизнис

Следете ги упатствата за регистрација. Во вашиот профил (податоци) кај полињата Home Page и во Signature внесете ја целосната адреса на блогот /проектот.

Поставувајте прашања или коментирајте во рубриките на форумот за вашиот линк да се појавува на повеќе места.

Форумите се најлесниот начин за поставување на влезни линкови.  
Пронјадете сродни форуми на вашиот блог, регистрирајте се и коментирајте.

Други форуми за линкување : [submitexpress.com](http://submitexpress.com), [FEAST-France.org](http://FEAST-France.org)

**3. [Qondio.com](http://Qondio.com)** - Веб страна со можности за линкување, размена на информации и заработка. (За жал наскоро ќе се наплаќа)

Следете го линкот и на [SIGN UP] креирајте ваш профил.

Процесот е малце по сложен. За поставување на линк потребна е верификација со код на блогот

### **Евидентирање на активност:**

Во форма на коментар се поставува линк (на кој може да се кликне) до страницата на која е поставен линкот кој води до нашиот блог

(За да ви биде евидентирана активност потребно е да:

Имате валиден линк во уредувањето до сајтот (точната страница) на која се наоѓа линкот до вашиот проект или блог. За да проверите дали ви е точно откако ќе го испратите уредувањето, прво кликнете на линкот кој сте го испратиле за вежбата, тој треба да ве однесе до сајтот (Пример вашиот профил на Arsense) таму треба да има линк до вашиот проект (блог) и кога ќе клинете на него треба да ви се отвори блогот. Доколку тоа не се случи вежбата не ви е точна.

(Линкови од виртуелни мрежи како FaceBook, Hi5, Top.com.mk и сл. Не се прифаќаат)

### **Пример за изработена вежба:**

Поставен линк до мојот проект:

на <http://www.apsense.com/user/zbezovski>

(линкот кој води до проектот ќе го најдете под сликата како Homepage и на истиот може да се кликне)

### Маркетинг во виртуелни заедници

#### Вежба 11: (Fun Page на Facebook.)

Маркетингот во виртуелните заедници е многу моќно оружје во е-Бизнисот. Виртуелните заедници како што се Facebook, Twitter, Digg и други секојдневно се посетувани од стотици милиони корисници (односно ваши потенцијални клиенти). Она што бизнисите треба да го направат е изнајдат ефективен начин како да допрат до нив.

#### Задачи:

1. Логирајте се на вашиот [Facebook](#) акаунт (ако немате направете)
2. Станете фан (like) на [е-Бизнис Проекти](#) и поканете ги вашите пријатели да станаат фанови.
3. Одете на [Create New Facebook Page](#) и креирајте фан страница за вашиот проект / блог.
  - кај категорија одберете Brand, Product, или Organization: Потоа Website (или евентуално нешто друго што е по сродно со вашиот блог) - под наслов ставете го името на вашиот блог и одете на Create
  - во левото поле Write something about ... . ставете краток опис на блогот и **задолжително линк до блогот**, пример: <http://stiplog.blogspot.com/> (целата адреса)
  - ставете слика и во инфо и на wall додаете потребни информации за блогот - поканете ги пријателите (Suggest to Friends) - и убедете ги да ви стават like.

Пример за Решение:

Линк: <http://www.facebook.com/pages/e-Biznis-Proekti/215319904616> -

#### Забелешка:

(Поради тоа што упатството е креирано порано можно е да постојат разлики во описот за креирање на Facebook Page. Ваша задача е да се снајдете доколку има разлики и за истите може да дискутирате во форумот со колегите)

### Вежба 12: (Микро блог на Twitter)

Twitter - претставува микро блогинг сервис каде што корисниците разменуваат пораки од 140 карактери познати како твитови. Го елм број на бизниси го користат за придобивање на нови клиенти и за информирање на постоечките.

#### Задача:

1. Одете на [>>>Twitter<<<](https://twitter.com) и кликнете на *Sign up Now*
2. Пополнете ги соодветно сите полиња
3. во полето *Full Name* внесете го името на блогот /или проектната задача - во полето *Username* добро е да внесете кратко име кое асоцира на вашиот блог
4. Кликнете на *Create* - Следните чекори може и да ги прескокнете
5. Одете на линкот *Setting* и внесете она што сметае дека е потребно.
6. Под *Setting* во полето *More Info URL* **задолжително** внесете ја адресата до вашиот блог/проектна задача.
7. На *Home* во полето *What's happening?* објавете некоја информација (на јазикот на кој што ви е блогот) - ова е нешто како статус на Facebook
8. Објавете три твита (постови) на тема поврзана со блогот а може да вклучите и некој линк директно до некоја сатија.
9. Кликнете на <http://twitter.com/eProekti> и станете следбеник > *Follow* 8. Оставете линк до вашиот Твитер и на форумот и следете некој од колегите.

Решен пример: Линк:

<http://twitter.com/eProekti>



### Вежба 14: (Вашиот блог на Digg.com)

Digg.com е виртуелна заеница за објавување на новости од страна на самите интернет корисници.

За новостите кои се објавуваат во форма на краток опис, наслов и линк се гласа од страна на другите корисници со Digg (like) и Bury(dislike).

Сториите кои имаат повеќе гласови се искачуваат нагоре на листата и имаат зголемена можност да бидат видени од голем борј на корисници.

#### Задача:

1. Креирајте акаунт на [Digg.com](http://Digg.com) на Join Digg
2. Отворете го претходно доставениот емаил и кликнете на линкот за да ја потврдите регистрацијата.  
( ако сакате може но и немора да креирате профил) 3.  
Следете ги следните линкови и направете им Digg:  
- [Pink Your Home](#) -  
[Customizable iPad Case](#)
4. Одете на Submit New:
  - внесете ја адресата на вашиот блог (пример <http://stiplog.blogspot.com>)
  - клинете News Article
  - Внесете наслов и опис на вашиот блог (задолжително на англиски)  
(како пример искористете ги линковите од точка 3.)
  - После кликнете на Submit Story (следната страница- односно линкот горе во прозорецот треба да го пратите како решение)
5. [Одете на форумот](#), следете линкови од некои од колегите и направете им digg а и вие оставете линк до вашата сторија.

#### Решен пример:

[http://digg.com/arts\\_culture/Pink\\_Your\\_Home](http://digg.com/arts_culture/Pink_Your_Home)

## Библиографија:

Beynon-Davies, P. "E-Business". Palgrave Macmillan. 2004.

Chaffey, Dave. Digital Business & E-Commerce Management: Strategy Implementation & Practice. Pearson Education, 2015.

Clow, Kenneth E. Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications, 4/e. Pearson Education India, 2007.

Deitel H.M., Deitel P.J., Steinbuhler K. "E-business and e-commerce for managers" Prentice-Hall, Upper Saddle River 2001

Groucutt, J. Mastering E-Business, J. Groucutt, P. Griseri, Palgrave Macmillan, 2004

Jones, D. Scott, M.D. Villars, R. "E-commerce for Dummies". Hungry Minds 2001.

Kalakota, Ravi and Andrew B. Whinston. "Electronic Commerce: A Manager's Guide." Addison Wesley Longman, Inc. 1997,

Kent Peter, "Search Engine Optimization For Dummies, 2nd Edition". Wiley Publishing. Hoboken 2006

Turban E., Leidner D., McLeam E., Wetherbe J. Information Technology for Management - Transforming Organizations in the Digital Economy, John Wiley & Sons, 2008

Turban E., Electronic Commerce: A Managerial Perspective 2006 E. Turban, D. King, J. K. Lee, D. Viehland Prentice Hall; August 2005

Weill, P. Vitale, M.R. "Place to Space, Migrating to Ebusiness Models". Boston: Harvard Business School Press 2001.

Бежовски Златко, „ОПТИМИЗАЦИЈА НА ПРЕБАРУВАЊЕТО КАКО АЛАТКА ЗА ИНТЕРНЕТ БИЗНИСИТЕ ОД МАКЕДОНИЈА“ Докторски труд, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - СКОПЈЕ, 2014

Бежовски Златко „Состојбите и перспективите на електронската трговија во Р.Македонија.“ First International Conference for Business, Economy and Finance-ICBEF 2012. Vol. 1. No. 1. 2012.

Бежовски Златко, „Оптимизација на пребарувањето (Привлекување посетители на комерцијалните Веб страни од Интернет пребарувачите)“, 2ри Август, Штип 2007