

Osnovi menadžmenta informacionih sistema

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 17 | Nivo: Megatrend

Sadržaj

1. Uvod.....	1.
2. Elektronsko poslovanje i menadžment.....	2.
2.1 Definisane elektronskog poslovanja.....	2.
2.2 Vidovi interakcija.....	3.
2.3 EDI.....	4.
3. Elektronska trgovina (e-commerce).....	4.
3.1 Razvoj elektronske trgovine.....	4.
3.2 Definisane elektronske trgovine.....	5.
3.3 Načini plaćanja pri on-line kupovini.....	6.
3.4 Sigurnost.....	7.
3.5 Dostava robe.....	7.
4. Internet marketing.....	9.
4.1 Definisane internet marketinga.....	9.
4.2 Prednosti i koristi internet marketinga.....	9.
4.3 Načini sprovođenja on-line marketinga.....	10.
4.3.1 (Re)dizajniranje i promocija web sajta.....	10.
4.3.2 On-line oglašavanje.....	11.
4.3.3 Marketing u forumima, newsgroups, bulletin boards i web udruženjima.....	11.
4.3.4 E-mail marketing.....	12.
5. Mobilna trgovina (m-commerce).....	12.
5.1 Definisane mobilne trgovine.....	12.
5.2 WAP.....	13.
5.3 Perspektive mobilne trgovine u Srbiji.....	13.
6. Zaključak.....	14.

LITERATURA

1. Uvod

Izraz elektronsko poslovanje je prvi put upotrebljen od strane američke kompanije IBM da bi se označilo poslovanje uz značajnu primenu savremene, elektronske tehnologije. Do tada se ovaj izraz odnosio na poslovanje u sektoru elektronike. Pod elektronskim poslovanjem (Electronic Business) podrazumevamo obavljanje poslovnih procesa uz primenu elektronske tehnologije. Elektronska tehnologija podrazumeva kombinovanu upotrebu informacionih tehnologija i telekomunikacija. Ova vrsta tehnologije omogućava slanje velikog broja informacija, na velike daljine u kratkom vremenskom periodu. To omogućava preduzeću, koje u svom poslovanju koristi elektronsku tehnologiju, da ostvari značajne uštede u troškovima poslovanja, efikasnije obavlja svoje zadatke i, samim tim, bude konkurentnije na tržištu.

Danas e-poslovanje ostvaruje ekspanzivan rast i generiše milijarde američkih dolara. U dosadašnjem periodu e-poslovanje je doživelo posebnu ekspanziju u maloprodaji, izdavaštvu i u finansijskim uslugama. Generalno posmatrano, prednost elektronskog u odnosu na tradicionalno poslovanje su vezane za povećanje kvaliteta, agilnosti, za dodatne usluge sa jedne strane, i za sniženje prodajnih cena, smanjenje vremena izlaska na tržište, odnosno realizovanje transakcija sa druge strane. Takođe se intezivira zajednički nastup na elektronskom tržištu vezan za razvoj elektronskih partnerstva.

1.

2. Elektronsko poslovanje i menadžment

2.1 Definisane elektronskog poslovanja

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com