

SADRŽAJ

UVOD.....	3
1. INTERNET.....	4
1.1. Internet marketing.....	5
1.2. Metode Internet marketinga.....	6
2. ELEKTRONSKO POSLOVANJE.....	8
2.1. Poslovna inteligencija.....	10
2.2. ERP Sistem za planiranje i upravljanje	11
2.3. Upravljanje lancima snabdijevanja.....	11
2.4. HRM (Human Resource Management).....	13
2.5. CRM (Customer Relationship Management).....	13
3. NEPREDNE FAZE ELEKTRONSKOG POSLOVANJA.....	15
3.1. Elektronska trgovina.....	15
3.2. Prednosti i nedostaci elektronskog poslovanja.....	16
3.3. Perspektive razvoja elektronskog poslovanja.....	17
3.4. Bezbijednost e-poslovanja.....	18
3.5. Osnovni modeli elektronskog poslovanja.....	18
3.6. Principi e-marketinga	19
4. ODNOS KLASIČNE I ELEKTRONSKE TRGOVINE	22
4.1. Unapređenje prodaje preko društvenih mreža.....	25
4.1.1. Twitter strategija	26
4.1.2. Facebook strategija	27
5. PRIMJENA INTERNETA U RAZVOJU POSLOVNE KOMUNIKACIJE.....	28
5.1. Mogućnosti Interneta kod unapređenja prodaje	28
5.2. Internet PR (Publicitet na Internetu).....	30
5.3. Web usluge	31
5.4. On-line reklamiranje i marketing	31
5.5. Značaj i prednosti virtuelnih organizacija	33
5.5.1. Virtualna prodavnica.....	35
5.5.2. Modeli virtuelnih organizacija.....	36
5.6. Perspektive razvoja elektronskog poslovanja.....	37
ZAKLJUČAK.....	38
SKRAĆENICE	39
LITERATURA	40