

SADRŽAJ

UVOD.....	4
I. OSNOVE ELEKTRONSKOG POSLOVANJA.....	5
1. POJAM ELEKTRONSKOG POSLOVANJA.....	5
1.1. Razvoj i značaj elektronskog poslovanja	5
1.1. Točak elektronskog poslovanja	7
1.2. Prednosti i nedostaci elektronskog poslovanja.....	8
1.3. Područja primjene elektronskog poslovanja.....	9
II. ELEKTRONSKA TRGOVINA	10
2. POJAM ELEKTRONSKE TRGOVINE	10
2.1. Pojam elektronske trgovine	10
2.2. Nastanak i razvoj elektronske trgovine.....	11
2.3. Karakteristike elektronske trgovine.....	12
2.4. Poslovni modeli elektronske trgovine.....	13
2.4.1. B2C (Business-to-consumer) model elektronske trgovine.....	14
2.4.2. B2B (Business-to-Business) model elektronske trgovine.....	15
2.5. Elektronski sistemi plaćanja	17
2.5.1. Elektronski čekovi	17
2.5.2. Elektronski sistemi za mikro-plaćanja	20
2.5.3. Elektronska gotovina	20
2.6. Faktori uspješnosti elektronske trgovine	23
2.6.1. Faktori na koje utiče preduzeće	23
2.6.2. Eksterni faktori uspješnosti	25
2.7. Rizici i prijetnje u elektronskoj trgovini	25
2.8. Zaštita od potencijalnih rizika i prijetnji u elektronskoj trgovini	27
2.8.1. Kriptografija.....	28
2.8.2. Sigurnosni komunikacioni kanali	29
2.8.3. Zaštita mreže, servera i klijenta.....	29
2.9. Prednosti i nedostaci elektronske trgovine	30
2.9.1. Prednosti elektronske trgovine	30
2.9.2. Ograničenja elektronske trgovine	32
2.10. Perspektive razvoja elektronske trgovine	33
2.11. Neposredna veza između marketinga i elektronske trgovine	34
III. PRAKTIČNI DIO	36
IV. ZAKLJUČAK	37
V. LITERATURA.....	38