

SADRŽAJ

PRISTUPNA RAZMATRANJA (D.R.)

ELEKTRONIČKO OKRUŽJE POSLOVANJA GOSPODARSKIH SUBJEKATA	2
POVIJEST e-POSLOVANJA I e-TRGOVINE	5

INTERNET (D.R. i D.T.)

POJMOVNO ODREĐENJE INTERNETA	14
POVIJEST INTERNETA	20
INTERNETSKI SERVISI I APLIKACIJE	27
WORLD WIDE WEB	27
WEB 2.0	29
DRUŠTVENI SOFTWARE (WEB 2.0 APLIKACIJE)	30
ELEKTRONIČKA POŠTA	43
DOSTAVNE LISTE (MAILING LISTS)	47
PRENOŠENJE DATOTEKA (FTP)	48
INTERNETSKO TELEFONIRANJE	51
RAD NA UDALJENOM RAČUNALU (TELNET)	51
MOBILNI INTERNET	52

ELEKTRONIČKI MARKETING (D.R.)

POJMOVNO ODREĐENJE ELEKTRONIČKOG MARKETINGA	62
TEHNIKE e-MARKETINGA	67
MOBILNI MARKETING	69
e-MARKETING – MIKS	71
WEB SITE - OSNOVNI NOŠITELJ MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI NA INTERNETU	75
STRUKTURA WEB SITE-A	77
PORTALI	79

INFORMACIJSKI SUSTAV e-MARKETINGA (D.R. i A.B.)

POJMOVNO ODREĐENJE INFORMACIJSKOG SUSTAVA e-MARKETINGA	88
MARKETINŠKA ISTRAŽIVANJA (A.B.)	90
PROCES MARKETINŠKIH ISTRAŽIVANJA NA INTERNETU (A.B.)	91
EVALUACIJA INTERNETSKIH IZVORA SEKUNDARNIH INFORMACIJA (A.B.)	120
KARAKTERISTIKE SEKUNDARNIH INFORMACIJA NA INTERNETU	120
PRETRAŽIVANJE SEKUNDARNIH INFORMACIJA NA INTERNETU	122
CARS ISPITNA LISTA	130
ONLINE PRIMARNA ISTRAŽIVANJA (A.B.)	137
TIPOVI PRIMARNIH MARKETINŠKIH ISTRAŽIVANJA NA INTERNETU	138
KVALITATIVNA ISTRAŽIVANJA PUTEM ONLINE FOKUSNIH GRUPA	139
UVOĐENJE ISPITIVAČA U ISTRAŽIVANJA WEB OKRUŽENJA	142
WEB ANALITIKA	144
POSLOVNO OBAVJEŠTAVANJE I OBAVJEŠTAVANJE O TRŽIŠTIMA (D.R.)	150
e-BUSINESS INTELLIGENCE	150
WEB MINING	152

IDENTIFICIRANJE TRŽIŠNIH SEGMENTATA I ODABIR CILJNIH TRŽIŠTA NA INTERNETU (D.R.)	163
SEGMENTACIJA NA INTERNETU	164
PONAŠANJE POTROŠAČA NA INTERNETU	167
e-MARKETING PLANIRANJE	174
KREIRANJE POTROŠAČKIH VRIJEDNOSTI NA INTERNETU (D.R.)	179
PROIZVODI / PONUDA U e-OKRUŽENJU	180
OBILJEŽJA I PREDNOSTI e-PROIZVODA	181
NOVE STRATEGIJE MIX-a PROIZVODA ZA e-TRŽIŠTE	183
e-INTEGRIRANA MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA (D.R.)	189
OSOBITOSTI WEB KOMUNIKACIJE	190
ZNAČAJ WEB SITE-A U INTEGRIRANOJ e-KOMUNIKACIJI	191
e-AIDA MODEL	195
TEHNIKE I SREDSTVA OGLAŠAVANJA NA INTERNETU	199
OGLAŠAVANJE POMOĆU e-MAILA	200
OGLAŠAVANJE PUTEM WEB SITE-a	206
METODE OGLAŠAVANJE POMOĆU BANNERA (<i>BEYOND THE BANNER</i>)	211
NOSITELJI OGLAŠAVANJA NA WEBU	213
OGLAŠIVAČKI MODEL PORTALA	220
KLJUČNE RIJEČI (KEYWORDS)	220
SEKCIJE	220
INTERAKTIVNE BROŠURE	221
ELEKTRONIČKI OGLASNIK	221
e-KNJIGE (e-BOOKS)	222
ELEKTRONIČKI ČASOPIS (e-ZINE)	224
WEB KALENDARI	225
ONLINE ČESTITKE	226
OGLAŠIVAČKE MREŽE	227
KOMERCIJALNE MREŽE	228
MOBILNO OGLAŠAVANJE	229
TELEVIZIJA I RADIO NA INTERNETU	230
ODNOSI S JAVNOŠĆU NA INTERNETU	232
MJERENJE UČINKOVITOSTI INTERAKTIVNIH MEDIJA	238
LOG ZAPIS	238
CLICK-THROUGH	238
SERVISI ZA RANGIRANJE WEB SITE-OVA	239
MODELI PLAĆANJA OGLAŠAVANJA NA WEB-U	239
OGLAŠAVANJE NA WEB-U U REPUBLICI HRVATSKOJ	240
e-DISTRIBUCIJA (D.R.)	247
EVOLUCIJA U KANALIMA DISTRIBUCIJE I TIPOVI POSREDNIKA	248
FUNKCIJE DISTRIBUCIJSKOG KANALA	248
TRANSAKCIJSKE FUNKCIJE	249
LOGISTIČKE FUNKCIJE	250
POMOĆNE FUNKCIJE	251
POSLOVNI MODELI e-KANALA	252

POSLOVNI MODELI NA INTERNETU (D.R. i D.T.)	255
POJMOVNO ODREĐENJE I VRSTE e-POSLOVNIH MODELA	256
BROKERSKI (KOMISIJSKI) MODELI	257
OGLAŠIVAČKI MODELI	259
MODELI INFORMACIJSKIH POSREDNIKA	260
MODELI VIRTUALNIH ZAJEDNICA	261
PRETPLATNIČKI MODELI	261
MODELI POMOĆNIH USLUGA	262
ELEKTRONIČKA TRGOVINA	262
BUSINESS-TO-BUSINESS TRGOVINA (B2B)	263
B2B e-COMMERCE SITEOVI	266
BUSINESS-TO-CONSUMER (B2C)	271
MOBILNA TRGOVINA (m-COMMERCE)	273
TEHNOLOŠKA INFRASTRUKTURA ELEKTRONIČKE TRGOVINE	274
INTERNETSKA PRODAVAONICA	276
SPECIJALIZIRANE e-PRODAVAONICE	277
ONLINE ROBNE KUĆE (VIRTUALNI PRODAJNI CENTAR)	279
INTELIGENTNI POMOĆNI ALATI ZA ELEKTRONIČKU TRGOVINU	281
ONLINE AUKCIJE	284
IZVRŠAVANJE KUPOPRODAJNOG POSLA U ELEKTRONIČKOJ TRGOVINI	287
PREDNOSTI ELEKTRONIČKE TRGOVINE	289
POTEŠKOĆE U ELEKTRONIČKOJ TRGOVINI	293
SIGURNOST I PRIVATNOST ELEKTRONIČKE TRGOVINE	297
PLAĆANJE U ELEKTRONIČKOJ TRGOVINI	299
KREDITNA KARTICA	300
ELEKTRONIČKI NOVČANIK (ELECTRONIC WALLET)	302
ELEKTRONIČKA GOTOVINA (ELECTRONIC CASH)	303
PAMETNA KARTICA (SMART CARD)	303
ELEKTRONIČKA TRGOVINA U HRVATSKOJ	306
SKLAPANJE UGOVORA PUTEM INTERNETA	307
USLUŽNI MODELI NA INTERNETU (D.R.)	321
e-LEARNING	322
e-BANKARSTVO	325
e-MARKETING U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU (D.R.)	329
VRSTE UGOSTITELJSKIH I TURISTIČKIH SITEOVA	330
REZERVACIJSKI SUSTAVI NA INTERNETU	333
TRANSFORMIRANI REZERVACIJSKI SUSTAVI	333
REZERVACIJSKI SUSTAVI HOTELSKIH LANACA	334
REZERVACIJSKI SERVISI NA INTERNETU	336
DESTINACIJSKI TURISTIČKI SITE-OVI U HRVATSKOJ	339
SLUČAJEVI e-MARKETINGA (A.B.)	345
e-BAY KAO SPECIFIČAN INTERNETSKI POSLOVNI MODEL	346
DRUŠTVENE MREŽE	366
VRIJEDNOST DRUŠTVENIH MREŽA	368
DRUŠTVENE MREŽE I DRUŠTVENI KAPITAL	371

TIPOVI ONLINE DRUŠTVENIH MREŽA	371
BUDUĆNOST DRUŠTVENIH MREŽA	373
STANJE DRUŠTVENIH MREŽA U HRVATSKOJ	374
FACEBOOK	374
PROFILI NA FACEBOOK-U	376
FACEBOOK-OVE GRUPE	377
OGLAŠAVANJE NA FACEBOOK-U	377
APLIKACIJE ZA FACEBOOK	379
MOBILNI FACEBOOK	381
POSLOVANJE FACEBOOKA	382
w-MARKETING	382
POTENCIJAL OGLAŠAVANJA NA FACEBOOK-U	384
PRIMJER OGLAŠAVANJA NA FACEBOOK-U	385