

SADRŽAJ

Predgovor	1
1. INTERNET	3
1.1. Intranet i ekstranet.....	18
1.2. Web 2.0	20
1.3. Semantički web	22
1.4. Sredstva za prenos informacija u e-poslovanju.....	23
1.5. XML i <i>Web</i> servisi	26
1.6. Web portali i CMS sistemi.....	36
1.7. Ostale tehnologije e-poslovanja	48
2. E-POSLOVANJE.....	53
2.1 Faktori koji su usloveli razvoj E-poslovanja	57
2.2 Koristi od uvođenja E-poslovanja.....	60
3. INFRASTRUKTURA E-POSLOVANJA	65
3.1. Nivoi upravljačkih akcija.....	67
3.2. Upravljanje infrastrukturom hardvera i sistemskog softvera.....	71
3.3. Upravljanje aplikacionom infrastrukturom	72
3.4. Cloud poslovanje.....	73
3.5. Big data koncept.....	77
4. STRATEGIJE E-POSLOVANJA	81
4.1. Strategija e-poslovanja i ostale strategije preduzeća.....	81
4.2. Smernice u formulisanju strategija e-poslovanja	84
4.2.1. Vizija organizacije	88
4.2.2. Merljivi ciljevi aktivnosti e-poslovanja	89
4.2.3. Stvaranje vrednosti za potrošače	89
4.2.4. Izbor ciljnih tržišta i potrošačkih segmenata.....	90
4.2.5. Pet smernica e-poslovanja.....	90
4.2.6. Postavljanje poslovnog model za e-poslovanje	92
4.3. Primeri uspešnih primena strategija e-poslovanja.....	93
5. POJAM E-TRŽIŠTA	97
6. MODELI E-TRGOVINE	101
6.1. B2B model	101
6.2. B2C model	106
6.2.1. Reklamiranje na Internetu	110
6.2.2. Metode za reklamiranje na Internetu.....	111
6.3. C2C model	114
6.4. Trgovina unutar kompanije	115

7. E-UPRAVA	117
8. INTERNET MARKETING	121
8.1 Tehnike internet marketinga	123
9. MOBILNO POSLOVANJE.....	127
9.1 Mobilne poslovne komunikacije	128
9.2 Mobilna trgovina.....	129
9.3 Mobilno plaćanje.....	129
10. UPRAVLJANJE ODNOSIMA S POTROŠAČIMA	131
10.1. Osnove CRM-a	131
10.2. Definisiranje CRM-a	134
10.3. Upravljanje životnim ciklusom potrošača.....	136
10.4. Procesne nadležnosti CRM-a.....	137
10.4.1. Prodaja telefonom, horizontalna i vertikalna prodaja	138
10.4.2. Marketing i ispunjavanje narudžbi.....	138
10.4.3. Pružanje servisa i podrške potrošačima	139
10.4.4. Izdavanje računa potrošaču	139
10.4.5. Terenska prodaja i servisi.....	140
10.4.6. Programi privrženosti i zadržavanja.....	140
10.5. Trendovi u CRM-u.....	141
10.6. Ciklus CRM-a	142
11. UPRAVLJANJE LANCEM PONUDA	145
11.1. Pojam lanca ponuda	145
11.2. Izvršavanje porudžbina u e-trgovini	147
11.3. Problemi i njihovo rešenje u lancu ponuda	149
11.3.1. Koordinacija u lancu ponuda	149
11.3.2. Efekat biča.....	150
11.3.3. Rešenje problema u lancu ponuda.....	153
11.3.4. Strateško partnerstvo unutar lanca ponuda	153
11.4. MRP, MRPII, ERP i SCM sistemi	157
12. BEZBEDNOSNI ASPEKT E-POSLOVANJA	159
Skraćenice	167
Literatura	171