

SADRŽAJ

1. UVOD.....	5
2. CILJ RADA	5
3. TEORIJSKI DIO.....	6
3.1. Pojam i značaj interneta	6
3.2. Pojam elektronskog poslovanja	7
3.3. Komponente elektronskog poslovanja.....	8
3.3.1. E-trgovina	9
3.3.2. Poslovna inteligencija	10
3.3.3. Upravljanje lancima snabdjevanja	11
3.3.4. ERP	11
3.3.5. CRM.....	12
3.4. Vrste elektronskog poslovanja.....	14
3.4.1. B2B model poslovanja.....	15
3.4.2. B2C model poslovanja.....	16
3.4.3. C2C model poslovanja.....	17
3.4.4. B2E model poslovanja	18
3.4.5. M - poslovanje	19
3.5. Internet komunikacija u elektronskom poslovanju	20
3.5.1. Elektronska pošta ili e-mail	21

3.5.2. Call centar	21
3.5.3. SMS.....	21
3.5.4. WEB prezentacija	22
3.5.5. Video Konferencija.....	23
3.6. Pojam Internet marketinga.....	24
3.7. Strategije internet marketinga	25
3.8. Tehnike Internet marketinga	25
3.8.1. Opt in i Opt out servisi.....	26
3.8.2. Mailing liste	26
3.8.3. Autorespondri	27
3.8.4. E-mail časopisi i URL munderi	28
3.8.5. Blog marketing.....	28
3.8.6. Potpisivanje u e-mail porukama.....	29
3.8.7. Linkovanje i baneri	30
3.8.8. Plaćeno reklamiranje.....	31
3.8.9. SEM marketing	32
3.8.10. Affiliate programi	33
3.8.11. Prijavljivanje web sajta na pretraživače i SEO	33
3.8.12. Ostale tehnike internet marketinga	34
3.9. Trendovi u internet marketingu	35

3.9.1. Video marketing.....	35
3.9.2. Mobilni marketing	36
3.9.3. Marketing putem društvenih mreža	36
4. RAD I DISKUSIJA.....	37
4.1. Praktičan primjer elektronskog poslovanja preduzeća Ludi popust i njihova primjena internet marketing	37
5. ZAKLJUČAK.....	49
6. LITERATURA	50