

SADRŽAJ

1 UVOD	1
2. DEFINICIJA ELEKTRONSKOG TURIZMA I INFORMACIJA	2
2.1. Historija komunikacije	3
2.1.1. Simboli komunikacije	4
2.1.2. Moć informacija.....	4
2.1.3. Kontrola informacija	5
2.1.4. Zasićenost informacija	6
2.2. IT - novi okvir poslovanja	6
2.3. Strateški pristup IT-turizmu.....	9
2.3.1 IT i budućnost turizma	10
2.3.2 Ljudi i informacije.....	11
2.3.3 Razvoj turističkih agencija	12
2.3.4 Prednost novih tehnologija.....	14
2.3.5 Prilike i mogućnosti razvoja savremenog turizma	15
3. PRIMJENA IT U TURIZMU	17
3.2. Elektronsko poslovanje.....	19
3.2.1 Modeli elektronskog poslovanja	22
3.2.2. EDI (Electronic Data Interchange)	23
3.3. E-turizam	24
3.3.1 Prednosti e-turizma	26
3.3.2 Mane e-turizma	26
3.4. Internet i turistička industrija.....	27
4. IT U USLUŽNIM DJELATNOSTIMA.....	28
4.2. Web marketing u turizmu	29
4.3. Satisfakcija potrošača	32

4.4. Konstrukcija satisfakcije.....	33
4.5. Totalna satisfakcija potrošača.....	33
4.6. Zaključak turističkog zadovoljstva.....	33
ZAKLJUČAK	34
POPIS SKRAĆENICA	35
TABLICA SLIKA.....	36
LITERATURA.....	37