

SADRŽAJ

U V O D	3
1. Elektronska trgovina	4
1.1. Definisanje elektronske trgovine (E – commerce)	4
1.2. Razvoj elektronske trgovine.....	5
1.3. Elektronska trgovina i elektronsko poslovanje.....	7
1.4. Modeli elektronske trgovine.....	9
1.5. Kategorije elektronske trgovine	12
1.5.1. Business to Business – elektronska trgovina	15
1.5.1.1. Forme B2B elektronske trgovine.....	18
1.5.1.2. Korišćenje direktnog on – line marketinga u B2B prodaji	19
1.5.1.3. Elektronska tržišta B2B trgovine	21
1.5.1.4. Plaćanje u B2B elektronskoj trgovini	25
1.5.2. Business to consumer elektronska trgovina	27
1.5.2.1. Sistemi plaćanja u B2C elektronskoj trgovini.....	27
1.5.2.2. Modeli B2C elektronske trgovine	28
1.5.2.2.1. On – line prodavnice.....	29
1.5.2.2.2. Virtuelni trgovinski centri.....	30
2. Elektronski marketing.....	35
2.1. Planiranje marketinga.....	36
2.2. Ciljevi elektronskog marketinga	37
2.3. Strategija marketinga.....	37
2.4. Taktika e – marketinga	38
2.5. Kontrola e – marketinga	38
Z A K L J U Č A K	39
L I T E R A T U R A.....	41
P O P I S S L I K A , T A B E L A I G R A F I K O N A	42