

SADRŽAJ

1. UVOD.....	4
1.1. Predmet istraživanja	4
1.2. Ciljevi istraživanja	5
1.3. Radna hipoteza	5
1.4. Metode istraživanja	5
1.5. Struktura rada	5
2. ISTORIJSKI RAZVOJ DIGITALNOG POSLOVANJA I E-OKRUŽENJA	6
2.1. Geneza, uzrok i počeci elektronskog poslovanja	8
2.2. Definisane digitalnog marketinga	10
2.3. Razlike između digitalnog i tradicionalnog marketinga	10
3. E-MARKETING I E-USLUGA- POJAM I OSNOVNE DETERMINANTE	12
3.1. Definicije e-marketinga.....	12
3.2. Prednosti digitalnog marketinga	13
3.3. Nedostaci digitalnog marketinga.....	13
4. E-MARKETING MIKS U OKVIRU DIGITALNIH MARKETING STRATEGIJA	15
4.1. Konkurentnost i profitabilnost internet trgovine.....	15
4.2. E-marketing miks	15
4.2.1. E-proizvod.....	16
4.2.2. E-cijena	17
4.2.3. E-promocija	17
4.2.4. E- distribucija	17
5. TRGOVINA U DIGITALNOJ ERI – OPŠTA RAZMATRANJA	19
5.1. Karakteristike e-trgovine.....	19
5.2. Prednosti i nedostaci internet trgovine	19
5.3. Komparacija tradicionalne i e-trgovine.....	20
5.4. Sigurnost plaćanje, ugovori.....	21
5.5. Internet trgovina u svijetu	21
5.5.1. Najpoznatiji svjetski predstavnici	22
5.5.1.1. PayPal	22
5.5.1.2. E-bay	22
5.5.1.3. Amazon	23
6. E-MARKETING U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU	24
6.1. Karakteristike	24
6.2. Prednosti i nedostaci	24
6.3. Uloga i značaj internet servisa u turističko-ugostiteljskom sektoru.....	25
6.4. E-promocija i sistem rezervacija u turizmu i ugostiteljstvu.....	29
6.4.1. Promotivne aktivnosti turističke destinacije	29

6.5. Osvrt na e-turizam grada Banja Luka	29
6.5.1. <i>Analiza prethodnih marketinških aktivnosti</i>	29
6.5.2. <i>Upoznatost s internet oglašavanjem</i>	30
6.5.3. <i>Promotivne aktivnosti Banja Luke na veb-u u vidu turizma</i>	30
6.5.3.1. <i>Promotivne aktivnosti Turističke organizacije Republike Srpske</i> <i>na veb-u</i>	30
6.5.3.2. <i>Promotivne aktivnosti Banja Luke na veb-u - primjeri iz prakse</i>	30
ZAKLJUČAK.....	38
LITERATURA	39
POPIS SLIKA I TABELA.....	42