

SADRŽAJ:

U V O D	1
I DIGITALNA EKONOMIJA	8
1.1. INFORMACIONO DRUŠTVO I DIGITALNA EKONOMIJA	8
1.2. INTERNET	18
1.2.1. ISTORIJA INTERNETA	18
1.2.2. ORGANIZACIJA INTERNETA	21
1.2.3. SERVISI INTERNETA.....	24
1.2.3.1. Osnovni servisi.....	25
1.2.3.2. Javni servisi.....	28
1.2.3.3. Posebni servisi.....	31
1.2.4. SIGURNOST NA INTERNETU	33
1.2.5. ZNAČAJ INTERNETA.....	35
II ELEKTRONSKO POSLOVANJE	38
2.1. DEFINICIJA ELEKTRONSKOG POSLOVANJA	41
2.2. MODELI ELEKTRONSKOG POSLOVANJA	43
2.2.1. B2B model poslovanja	43
2.2.2. B2C model elektronskog poslovanja	46
2.2.3. B2E model elektronskog poslovanja	47
2.2.4. G2C model poslovanja.....	48
2.3. ELEKTRONSKO POSLOVANJE U ZDRAVSTVU	50
2.4. ELEKTRONSKO BANKARSTVO.....	52
2.4.1. Definicija i razvoj elektronskog bankarstva.....	52
2.4.2. Oblici elektronskog bankarstva.....	52
2.4.3. Elektronsko bankarstvo i platni promet	54
2.4.5. Vrste elektronskog plaćanja.....	55
2.5. ELEKTRONSKI MARKETING	59
2.5.1. Planiranje marketinga	59
2.5.2. Ciljevi elektronskog marketinga	61
2.5.3. Strategija marketinga.....	61
2.5.4. Taktika e-marketinga	62
2.5.5. Kontrola e-marketinga	62
2.5.6. Marketing na internetu.....	62
2.6. DIGITALNI POTPIS	64
2.6.1. Digitalni potpis kao dio kriptografije.....	64
2.6.2. Kriptovanje putem tajnog ključa.....	65
2.6.3. Kriptovanje putem javnog ključa	66
2.6.4. PGP način kriptovanja.....	67
2.6.5. Algoritmi	68
2.6.5.1. Simetrični algoritmi.....	69
2.6.5.2. Asimetrični algoritam.....	70
2.6.6. TEHNOLOGIJA DIGITALNOG POTPISA.....	71
2.6.6.1. Digitalni potpis.....	71
2.6.6.2. HASH funkcija.....	71

2.6.7. INFRASTRUKTURA JAVNOG KLJUČA.....	74
2.6.7.1. CA-Institucija za certifikate	76
2.6.7.2. RA – Registration authority - Institucija za registraciju	78
2.6.7.3. CR–Certificate repository-Repozitorij za čuvanje.....	79
2.6.8. PROCEDURA DIGITALNOG POTPISIVANJA U PRAKSI.....	79
2.6.9. RIZICI I MOGUĆNOSTI.....	80
III ELEKTRONSKA TRGOVINA.....	81
3.1. DEFINICIJA ELEKTRONSKE TRGOVINE.....	81
3.2. RAZVOJ ELEKTRONSKE TRGOVINE.....	83
3.3. ELEKTRONSKA TRGOVINA I ELEKTRONSKO POSLOVANJE	86
3.4. MODELI ELEKTRONSKE TRGOVINE.....	88
3.5. KATEGORIJE ELEKTRONSKE TRGOVINE.....	92
3.6. VRSTE ELEKTRONSKE TRGOVINE	99
3.6.1. <i>Business to business - elektronska trgovina</i>	99
3.6.1.1. Forme B2B elektronske trgovine.....	101
3.6.1.2. Korištenje direktnog on-line marketinga u B2B prodaji.....	102
3.6.1.3. Elektronska tržišta B2B trgovine.....	104
3.6.1.4. Plaćanje u B2B elektronskoj trgovini.....	107
3.6.1.5. Finansijski potencijal B2B trgovine	109
3.6.2. <i>Business to consumer trgovina – B2C</i>	111
3.6.2. 1. Poslovni modeli u elektronskoj B2C trgovini.....	112
3.6.2. 2. Elektronska maloprodaja materijalnih proizvoda	115
3.6.2. 3. Elektronska maloprodaja nematerijalnih proizvoda	116
3.6.2. 4. Zdravstvo, obrazovanje i ostale usluge.....	118
3.6.2. 5. Portali	119
3.6.2. 6. Elektronski maloprodavci.....	119
3.6.2. 7. Ponuđači sadržaja.....	129
3.6.2. 8. Transakcioni brokeri	129
3.6.2. 9. Kreatori tržišta.....	130
3.6.2.10. Aukcije	131
3.6.2.11. M-Commerce trgovina	134
3.6.2.12. Virtuelni trgovinski centri	136
3.7. SISTEMI PLAĆANJA U ELEKTRONSKOJ TRGOVINI.....	140
3.7.1. <i>Kreditne kartice</i>	140
3.7.2. <i>Digitalna gotovina</i>	142
3.7.3. <i>Digitalni novčanik</i>	143
3.7.4. <i>Digitalni čekovi</i>	145
3.7.5. <i>On –line debitni sistemi</i>	146
3.7.6. <i>Digitalni sistemi paušalnog plaćanja</i>	147
3.7.7. <i>Clickshare plaćanja</i>	148
3.7.8. <i>Komparacija sistema plaćanja u elektronskoj trgovini</i>	148
IV EFEKTI ELEKTRONSKE TRGOVINE	150
ZAKLJUČAK.....	156
LITERATURA	160