

SADRŽAJ:

U V O D	I
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 debetni 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