

SADRŽAJ

PRISTUPNA RAZMATRANJA (D.R.)

| | |
|--|---|
| ELEKTRONIČKO OKRUŽJE POSLOVANJA GOSPODARSKIH SUBJEKATA | 2 |
| POVIJEST e-POSLOVANJA I e-TRGOVINE | 5 |

INTERNET (D.R. i D.T.)

| | |
|---|----|
| POJMOVNO ODREĐENJE INTERNETA | 14 |
| POVIJEST INTERNETA | 20 |
| INTERNETSKI SERVISI I APLIKACIJE | 27 |
| WORLD WIDE WEB | 27 |
| WEB 2.0 | 29 |
| DRUŠTVENI SOFTWARE (WEB 2.0 APLIKACIJE) | 30 |
| ELEKTRONIČKA POŠTA | 43 |
| DOSTAVNE LISTE (MAILING LISTS) | 47 |
| PRENOŠENJE DATOTEKA (FTP) | 48 |
| INTERNETSKO TELEFONIRANJE | 51 |
| RAD NA UDA LJENOM RAČUNALU (TELNET) | 51 |
| MOBILNI INTERNET | 52 |

ELEKTRONIČKI MARKETING (D.R.)

| | |
|--|----|
| POJMOVNO ODREĐENJE ELEKTRONIČKOG MARKETINGA | 62 |
| TEHNIKE e-MARKETINGA | 67 |
| MOBILNI MARKETING | 69 |
| e-MARKETING – MIKS | 71 |
| WEB SITE - OSNOVNI NOSITELJ MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI NA INTERNETU | 75 |
| STRUKTURA WEB SITE-A | 77 |
| PORTALI | 79 |

INFORMACIJSKI SUSTAV e-MARKETINGA (D.R. i A.B.)

| | |
|---|-----|
| POJMOVNO ODREĐENJE INFORMACIJSKOG SUSTAVA e-MARKETINGA | 88 |
| MARKETINŠKA ISTRAŽIVANJA (A.B.) | 90 |
| PROCES MARKETINŠKIH ISTRAŽIVANJA NA INTERNETU (A.B.) | 91 |
| EVALUACIJA INTERNETSKIH IZVORA SEKUNDARNIH INFORMACIJA (A.B.) | 120 |
| KARAKTERISTIKE SEKUNDARNIH INFORMACIJA NA INTERNETU | 120 |
| PRETRAŽIVANJE SEKUNDARNIH INFORMACIJA NA INTERNETU | 122 |
| CARS ISPITNA LISTA | 130 |
| ONLINE PRIMARNA ISTRAŽIVANJA (A.B.) | 137 |
| TIPOVI PRIMARNIH MARKETINŠKIH ISTRAŽIVANJA NA INTERNETU | 138 |
| KVALITATIVNA ISTRAŽIVANJA PUTEM ONLINE FOKUSNIH GRUPA | 139 |
| UVOĐENJE ISPITIVAČA U ISTRAŽIVANJA WEB OKRUŽENJA | 142 |
| WEB ANALITIKA | 144 |
| POSLOVNO OBAVJEŠTAVANJE I OBAVJEŠTAVANJE O TRŽIŠTIMA (D.R.) | 150 |
| e-BUSINESS INTELLIGENCE | 150 |
| WEB MINING | 152 |

| | |
|---|------------|
| IDENTIFICIRANJE TRŽIŠNIH SEGMENTATA I ODABIR CILJNIH TRŽIŠTA NA INTERNETU (D.R.) | 163 |
| SEGMENTACIJA NA INTERNETU | 164 |
| PONAŠANJE POTROŠAČA NA INTERNETU | 167 |
| e-MARKETING PLANIRANJE | 174 |
| KREIRANJE POTROŠAČKIH VRIJEDNOSTI NA INTERNETU (D.R.) | 179 |
| PROIZVODI / PONUDA U e-OKRUŽENJU | 180 |
| OBILJEŽJA I PREDNOSTI e-PROIZVODA | 181 |
| NOVE STRATEGIJE MIX-a PROIZVODA ZA e-TRŽIŠTE | 183 |
| e-INTEGRIRANA MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA (D.R.) | 189 |
| OSOBITOSTI WEB KOMUNIKACIJE | 190 |
| ZNAČAJ <i>WEB SITE</i> -A U INTEGRIRANOJ e-KOMUNIKACIJI | 191 |
| e-AIDA MODEL | 195 |
| TEHNIKE I SREDSTVA OGLAŠAVANJA NA INTERNETU | 199 |
| OGLAŠAVANJE POMOĆU e-MAILA | 200 |
| OGLAŠAVANJE PUTEM <i>WEB SITE</i> -a | 206 |
| METODE OGLAŠAVANJE POMOĆU BANNERA (<i>BEYOND THE BANNER</i>) | 211 |
| NOSITELJI OGLAŠAVANJA NA WEBU | 213 |
| OGLAŠIVAČKI MODEL PORTALA | 220 |
| KLJUČNE RIJEČI (KEYWORDS) | 220 |
| SEKCIJE | 220 |
| INTERAKTIVNE BROŠURE | 221 |
| ELEKTRONIČKI OGLASNIK | 221 |
| e-KNJIGE (e-BOOKS) | 222 |
| ELEKTRONIČKI ČASOPIS (e-ZINE) | 224 |
| <i>WEB</i> KALENDARI | 225 |
| ONLINE ČESTITKE | 226 |
| OGLAŠIVAČKE MREŽE | 227 |
| KOMERCIJALNE MREŽE | 228 |
| MOBILNO OGLAŠAVANJE | 229 |
| TELEVIZIJA I RADIO NA INTERNETU | 230 |
| ODNOSI S JAVNOŠĆU NA INTERNETU | 232 |
| MJERENJE UČINKOVITOSTI INTERAKTIVNIH MEDIJA | 238 |
| LOG ZAPIS | 238 |
| <i>CLICK-THROUGH</i> | 238 |
| SERVISI ZA RANGIRANJE <i>WEB SITE</i> -OVA | 239 |
| MODELI PLAĆANJA OGLAŠAVANJA NA <i>WEB-U</i> | 239 |
| OGLAŠAVANJE NA <i>WEB-U</i> U REPUBLICI HRVATSKOJ | 240 |
| e-DISTRIBUCIJA (D.R.) | 247 |
| EVOLUCIJA U KANALIMA DISTRIBUCIJE I TIPOVI POSREDNIKA | 248 |
| FUNKCIJE DISTRIBUCIJSKOG KANALA | 248 |
| TRANSAKCIJSKE FUNKCIJE | 249 |
| LOGISTIČKE FUNKCIJE | 250 |
| POMOĆNE FUNKCIJE | 251 |
| POSLOVNI MODELI e-KANALA | 252 |

| | |
|--|------------|
| POSLOVNI MODELI NA INTERNETU (D.R. i D.T.) | 255 |
| POJMOVNO ODREĐENJE I VRSTE e-POSLOVNIH MODELA | 256 |
| BROKERSKI (KOMISIJSKI) MODELI | 257 |
| OGLAŠIVAČKI MODELI | 259 |
| MODELI INFORMACIJSKIH POSREDNIKA | 260 |
| MODELI VIRTUALNIH ZAJEDNICA | 261 |
| PRETPLATNIČKI MODELI | 261 |
| MODELI POMOĆNIH USLUGA | 262 |
| ELEKTRONIČKA TRGOVINA | 262 |
| <i>BUSINESS-TO-BUSINESS</i> TRGOVINA (B2B) | 263 |
| B2B <i>e-COMMERCE</i> SITEOVI | 266 |
| <i>BUSINESS-TO-CONSUMER</i> (B2C) | 271 |
| MOBILNA TRGOVINA (<i>m-COMMERCE</i>) | 273 |
| TEHNOLOŠKA INFRASTRUKTURA ELEKTRONIČKE TRGOVINE | 274 |
| INTERNETSKA PRODAVAONICA | 276 |
| SPECIJALIZIRANE e-PRODAVAONICE | 277 |
| ONLINE ROBNE KUĆE (VIRTUALNI PRODAJNI CENTAR) | 279 |
| INTELIGENTNI POMOĆNI ALATI ZA ELEKTRONIČKU TRGOVINU | 281 |
| <i>ONLINE</i> AUKCIJE | 284 |
| IZVRŠAVANJE KUPOPRODAJNOG POSLA U ELEKTRONIČKOJ TRGOVINI | 287 |
| PREDNOSTI ELEKTRONIČKE TRGOVINE | 289 |
| POTEŠKOĆE U ELEKTRONIČKOJ TRGOVINI | 293 |
| SIGURNOST I PRIVATNOST ELEKTRONIČKE TRGOVINE | 297 |
| PLAĆANJE U ELEKTRONIČKOJ TRGOVINI | 299 |
| KREDITNA KARTICA | 300 |
| ELEKTRONIČKI NOVČANIK (<i>ELECTRONIC WALLET</i>) | 302 |
| ELEKTRONIČKA GOTOVINA (<i>ELECTRONIC CASH</i>) | 303 |
| PAMETNA KARTICA (<i>SMART CARD</i>) | 303 |
| ELEKTRONIČKA TRGOVINA U HRVATSKOJ | 306 |
| SKLAPANJE UGOVORA PUTEM INTERNETA | 307 |
| USLUŽNI MODELI NA INTERNETU (D.R.) | 321 |
| e-LEARNING | 322 |
| e-BANKARSTVO | 325 |
| e-MARKETING U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU (D.R.) | 329 |
| VRSTE UGOSTITELJSKIH I TURISTIČKIH SITEOVA | 330 |
| REZERVACIJSKI SUSTAVI NA INTERNETU | 333 |
| TRANSFORMIRANI REZERVACIJSKI SUSTAVI | 333 |
| REZERVACIJSKI SUSTAVI HOTELSKIH LANACA | 334 |
| REZERVACIJSKI SERVISI NA INTERNETU | 336 |
| DESTINACIJSKI TURISTIČKI <i>SITE</i> -OVI U HRVATSKOJ | 339 |
| SLUČAJEVI e-MARKETINGA (A.B.) | 345 |
| e-BAY KAO SPECIFIČAN INTERNETSKI POSLOVNI MODEL | 346 |
| DRUŠTVENE MREŽE | 366 |
| VRIJEDNOST DRUŠTVENIH MREŽA | 368 |
| DRUŠTVENE MREŽE I DRUŠTVENI KAPITAL | 371 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| TIPOVI <i>ONLINE</i> DRUŠTVENIH MREŽA | 371 |
| BUDUĆNOST DRUŠTVENIH MREŽA | 373 |
| STANJE DRUŠTVENIH MREŽA U HRVATSKOJ | 374 |
| FACEBOOK | 374 |
| PROFILI NA FACEBOOK-U | 376 |
| FACEBOOK-OVE GRUPE | 377 |
| OGLAŠAVANJE NA FACEBOOK-U | 377 |
| APLIKACIJE ZA FACEBOOK | 379 |
| MOBILNI FACEBOOK | 381 |
| POSLOVANJE FACEBOOKA | 382 |
| w-MARKETING | 382 |
| POTENCIJAL OGLAŠAVANJA NA FACEBOOK-U | 384 |
| PRIMJER OGLAŠAVANJA NA FACEBOOK-U | 385 |