lnformaclja za studente i pitanja za prvi teorijski kolokvijum

1. Materijal za spremanje teorijskog dela ispita:

**l test:**

Materijal za spremanje ispita I deo (postoji u elektronskoj formi i moze se preuzeti kod predmetnog nastavnika)

**Završni test:**

Materijal za spremanje ispita II deo (postoji u elektronskoj formi i moze se preuzeti kod predmetnog nastavnika)

**2. Raspored teorijskih kolokvijuma**

**Kolokvijum br. 1 će se održati 26. marta 2018.**

**Popravni kolokvijuma br.1 će se održati 16. aprila 2018.**

**Zavrsni kolokvijum i popravni završnog će se održati u junu/julu**

Raspored grupa za polaganje testova će biti naknadno objavljen

Predaja seminarskih radova najkasnije do 25.marta 2018.

Analize i prezentacije seminarskih radova: 26.marta i 16.aprila 2018.

**3. Bodovanje**

* Kolokvijum I (teorija) 0- 25 poena
* Završni kolokvijum 0-25 poena
* Test praktični od 0- 25 poena
* Seminarski radovi/Case Stady 0- 25 poena

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Ocena*** | ***A*** | ***B*** | ***C*** | ***D*** | ***E*** |
| ***Broj poena*** | ***90-100*** | ***80-90*** | ***70-80*** | ***60-70*** | ***50-60*** |

Pitanja za prvi teorijski kolokvijum:

1. Šta je to elektronsko poslovanje?
2. U čemu je razlika između elektronskog poslovanja i elektronske trgovine?
3. Koji su faktori doprineli razvoju elektronskog poslovanja?
4. Zašto elektronsko poslovanje nije bezpapirno poslovanje?
5. Šta je to EDI?
6. Koja je razlika između klasičnog i elektronskog poslovanja po kriterijumu lanaca distribucije?
7. Kako se elektronsko poslovanje odražava na strukturu troškova poslovanja?
8. Objasnite pojam „*disintermedijacija*“
9. Objasnite pojam „*besplatna ekonomija interneta*“
10. Kako se elektronsko poslovanje odražava na politiku formiranja cena?
11. U čemu je razlika kod formiranja cena za meke i tvrde proizvode
12. Kako izgleda kriva troškova kod mekih proizvoda?
13. Kako izgleda kriva troškova kod tvrdih proizvoda u elektronskom okruženju?
14. Definiši e-CRM
15. Zašto je važna integracija podataka o klijentima?
16. Objasnite značaj "jedinstvenog pogleda na klijenta" u e-CRM-u?
17. Objasnite strategiju personalizacije koja se moze sprovesti zahvaljujući CRM-u
18. Objasnite strategiju aplikacije koja se moze sprovesti zahvaljujući CRM-u
19. Objasnite strategiju kontrole koja se moze sprovesti zahvaljujući CRM-u
20. Šta su strateške alijanse na Webu?
21. Zašto se savezništva na Webu razlikuju od onih koja postoje u realnom okruženju?
22. Objasnite kako globalizacija pozitivno utiče na elektronsko poslovanje
23. Da li globalizacija može negativno da utiče na elektronsko poslovanje? Objasniti.
24. Objasnite kako elektronsko poslovanje utiče na ekonomski rast
25. Objasnite kako elektronsko poslovanje utiče na konkurentnost preduzeća
26. Šta to znači da kompanija za konkurentsku održivost sprovodi strategiju blokiranja?
27. Koji su nedostatci strategije blokiranja?
28. Šta to znači da kompanija za konkurentsku održivost sprovodi strategiju aktivnog pristupa?
29. Šta to znači da kompanija za konkurentsku održivost sprovodi strategiju udruživanja?
30. Šta je to online korporativni identitet?
31. Kako se elektronsko poslovanje odražava na strukturu zaposlenih u kompaniji?
32. Objasnite termin *Digitalni jaz*
33. Objasnite unapređenje eksterne komunikacije kao fazu pri prelazu iz klasičnog u elektronsko poslovanje
34. Koji su motivi preduzeća kada teže unapređenju eksterne komunikacije?
35. Objasnite unapređenje interne komunikacije kao fazu pri prelazu iz klasičnog u elektronsko poslovanje
36. Objasnite integralno i inteligentno elektronsko poslovanje kao fazu pri prelazu iz klasičnog u elektronsko poslovanje
37. Koja je uloga poslovne inteligencije u elektronskom poslovanju?
38. Na koji način se ostvaruje medjubankarsko elektronsko poslovanje?
39. Kako funkcionišu sistemi po neto obračunu?
40. Kako funkcionišu sistemi po bruto obračunu?
41. Šta je to SWIFT?
42. Šta je to TARGET?
43. Koja je uloga “ocenjivačkih kuća” u elektronskom berzanskom poslovanju?
44. Šta su to elektronski sistemi rezervacija?
45. U kojim oblastima poslovanja se koriste elektronski sistemi rezervacija?
46. Šta je to e-biznis poslovni model?
47. Zašto su e-biznis modeli povezani sa politikom intelektualnog vlasništva?
48. Koje osnovne e-biznis modele znate?
49. Kako zarađju vlasnici sajtova koji pripadaju podmodelu koji zaradjuje u posredovanju nematerijalnim finansijskim dobrima?
50. Kako zarađju vlasnici sajtova koji pripadaju podmodelu online aukcija?
51. Kako zarađju vlasnici sajtova koji pripadaju podmodelu online reverzibilnih aukcija?
52. Kako zarađju vlasnici sajtova koji pripadaju podmodelu online tržnog centra?
53. Šta je to portal?
54. Šta je to Vortal?
55. Šta su generalizovani portali?
56. Šta su specijalizovani portali?
57. Kako zaradjuju Informacioni posrednici na webu?
58. Na koji način zaradjuju vlasnici sajtova koji koriste reklamni model?
59. Šta to znači da je neki portal personalizovan?
60. Objasnite afilacioni model poslovanja na Webu
61. Šta je to B2B obrazac elektronskog poslovanja?
62. Šta je to vertikalno B2B poslovanje?
63. Šta je to horizontalno B2B poslovanje?
64. Šta je to B2C obrazac elektronskog poslovanja?
65. Za koje proizvode je pogodan B2C obrazac poslovanja?
66. U čemu se sve vidi razlika između B2B i B2C poslovanja?
67. Šta je to C2C obrazac elektronskog poslovanja?