
	УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ ФАКУЛТЕТ ПОСЛОВНЕ ЕКОНОМИЈЕ БИЈЕЉИНА		
	Студијски програм:	ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА смјер Пословна информатика, Спољна трговина, порези и царине и Финансије банкарство и осигурање	

Назив предмета	Електронско пословање			
Катедра којој предмет припада	Пословна информатика, Факултет пословне економије Бијељина			
Шифра предмета	Статус предмета	Семестар	Фонд часова	Број ECTS бодова
PE-03-1-031-8 PE-03-1-049-8 PE-03-1-069-8	Обавезни	8	4+2	7
Наставник	Проф. др Раде Станкић			
Сарадник	Борислав Дракул			
Условљеност другим предметима			Облик условљености	
Нема				
Циљеви изучавања предмета:				
<p>Циљ овог предмета је оспособљавање студената да овладају знањем и техникама примјене рачунара у електронском пословању, што подразумева коришћење изабраних софтверских и методолошких алата као што су: оперативни системи који подржавају нове информационо-комуникационе технологије, дизајнирање и програмирање апликација за Интернет, коришћење мултимедијалне технологије у апликацијама за електронско пословање, модели и методе електронског пословања, итд.</p>				
Исходи учења :				
<p>По завршетку курса, студент има основна знања из области електронског пословања у трговини, маркетингу, банкарству, платном промету, осигурању и туризму. Познавање конкретних софтверских алата омогућиће студентима ефикасно коришћење информационо-комуникационе технологије у електронском пословању.</p>				
Садржај предмета:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Е-пословање – водећа снага дигиталне економије. Технологија електронске трговине. 2. Модели електронске трговине на основу релација између учесника. B2C (Business-to-Consumer) модел. B2B (Business-to-Business) модел. C2C (Consumer-to-Consumer) модел. B2C2B (Business-to-Consumer-to-Business) модел. C2B2C (Consumer-to-Business-to-Consumer) модел. 3. Мобилна трговина (M-Commerce). Модели електронске трговине са аспекта пословања. Модели електронских тржишта. Виртуелни трговински центри, online аукција. 4. Е-маркетинг. Принципи web пословања. Модели web маркетинга. Online маркетинг. Циљеви интернет присуства. 5. Модели наступа на интернету. Технике online маркетинга. E-mail маркетинг. Blog маркетинг. Праћење статистике посјећености web-презентације. Серверски оријентисани приступи Кориснички оријентисани приступи. Интернет брошуре – путовање из фотеле. 6. Е – банкарство. Аутоматизација банкарског пословања. Електронски новац и електронско банкарство. Кућно банкарство (homebanking). On-line банкарство. Интернет банкарство. 7. E-cash у интернет банкарству. Паметне картице у интернет банкарству. Шифрована кредитна картица (World Wide Web форма). Електронска финансијска тржишта и берзе. Системи за пренос података са берзе. 8. Електронски системи плаћања на интернету. Ученици у процесу електронског плаћања. Процес плаћања. Принципи система плаћања. Типови електронских система плаћања. Системи електронског новца базирани на софтверу. E-Cash, NetCash, PayMe систем. Системи електронског новца који користе смарт картице. Mondex, Visa Cash, Електронски систем за микро-плаћања, 				

Clickshare, Cybercom, Milicent. Електронски системи плаћања путем кредитних-дебитних картица.

9. Е-платни промет. Међубанкарски платни системи у земљама у транзицији. Међубанкарски платни систем у Словенији. Међубанкарски платни систем у Србији. Међубанкарски платни систем у Босни и Херцеговини. Међубанкарски платни систем у Црној Гори. Међубанкарски платни систем у Хрватској. Међубанкарски платни систем у Македонији.

10. Системи обрачуна у развијеним тржишним економијама. Системи обрачуна платног промета у САД FEDWIRE, Clearing House Interbank Payment Systems (CHIPS). Системи обрачуна платног промета у Европској унији.

11. Е – осигурање. Развој електронског пословања у осигурању. Модели електронског пословања у осигурању. Web сајтови осигуравајућих друштава. Online маркетиншка подршка. Online дистрибуција традиционалних и интернет производа. Online администрација.

12. Производни портали. Point of Sale портали. Агрегатори. Online тржиште ризика.Обрнуте аукције. Мобилна i wireless технологија у осигурању.

13. Глобални дистрибуциони и резервациони системи. Појам и значај информационих и резервационих система. Компјутеризовани резервациони системи ваздухопловних компанија. Глобални дистрибуциони системи. Galileo International – глобални дистрибуциони систем. Рјешења за авио партнере. Рјешења за партнере из rent-a-car индустрије. Рјешења за хотелијере. Структура компаније Galileo.

14. AMADEUS – глобални дистрибуциони систем. Организација Amadeusa. Amadeus систем. Amadeusova пословна мрежа. Amadeusov партнери развоја. Amadeus и е-пословање. Amadeus – увођење ISO стандарда квалитета. Amadeusova технологија. Amadeusova глобална мрежа. Amadeusova корисничка решења. Рјешења за авио-компаније. Рјешења за rent-a-car компаније. Рјешења за хотелске компаније. Рјешења за жељезничке компаније. Рјешења за крстарења. Рјешења за ферибот линије. Рјешења за туристичка путовања. Рјешења за осигуравајуће компаније. Рјешења за мултинационалне агенције. Услуге у области информационе технологије.

15. SABRE - глобални дистрибуциони систем. Sabre Holdings - путничко пословање. Travelocity, Sabre Travel Network, Sabre Airline Solutions. WORLDSPAN. Компјутеризовани резервациони системи у хотелијерству. HYATT Hotels & Resorts, HILTON, BEST WESTERN. Национални информациони системи.

Методe наставe и савладавање градива:

Предавања: За сваку наставну јединицу припремљене су адекватне презентације, а за одређене наставне јединице и директно повезивање са Интернетом. Предвиђено је активно учешће студената у виду презентација које појединачно или тимски припремају као допуну одређене теме. На крају сваке теме предвиђена је дискусија.

Вјежбе: Вјежбе се одвијају у компјутерској лабораторији уз поштовање принципа један студент-један рачунар.

Литература:

Основна литература:

Станкић Р., (2014), *Електронско пословање*, Економски факултет, Београд.

Облици провјере знања и оцјењивање:

Испит се полаже писмено и усмено. У току семестра студенти ће имати два колоквијума са по 20 питања по сваком колоквијуму. Колоквијум ће трајати 45 минута и организовће се у писменој или електронској форми. Да би стекао услов да му се појединачне провјере кумулативно признају као завршни испит студент мора да позитивно одговори на најмање 50% питања из сваког колоквијума. На завршном испиту који може да се организује или усмено (практичан рад) или писмено студент да би постигао пролазну оцјену мора да одговори позитивно на најмање 50% постављених питања. Финална оцјена се одређује у зависности од броја тачно урађених питања, а у складу са опште приказаним знањем свих студената на датом испиту.

Семинарски-презентације	10	Колоквијуми	30	Завршни испит	60
-------------------------	----	-------------	----	---------------	----

Посебна назнака за предмет:

Име и презиме наставника који је припремио податке: Проф. др Раде Станкић

Датум овјере: 23.2.2016.