

UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT
BANJA LUKA

Akadska 2018/19 godina

PREDMET:
**B2B MARKETING I ELEKTRONSKA
TRGOVINA**

Predavač: doc. dr Saša Mitrić
E-mail: sasamitric.bl@gmail.com

Asistent:

Konsultacije: u terminima nakon predavanja

Literatura:

- Branislav Mitić: *Marketing u elektronskom poslovanju*, Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment, Banja Luka, 2015.

Ostala literatura:

- Stankić Rade: *Elektronsko poslovanje, EF Beograd, 2009.*
- Vasković V.: *Sistemi plaćanja u elektronskom poslovanju*, FON, Beograd, 2007.

Nastava:

- Prema rasporedu

1. PREGLED AKTIVNOSTI

Tabela 1: Plan rada na predavanjima

Termini	TEMATSKE CJELINE
Termin 1. (2 časa)	Uvodno obraćanje; B2B Marketing i elektronska trgovina – uvodne napomene; Geneza marketing koncepta; Prodajna i marketing poslovna orijentacija; Marketing okruženje;
Termin 2. (2 časa)	Koncept marketing miksa; Marketing funkcija; Integralni marketing; Pojam i razvoj elektronskog poslovanja; Elektronsko poslovanje – aktuelni trendovi;
Termin 3. (2 časa)	Modeli poslovne komunikacije; Bitni elementi WEB poslovanja; Prednosti elektronskog poslovanja; Tradicionalno i elektronsko poslovanje – distinkcije; Nivoi i ciljevi razvoja WEB sajta; Proces izrade WEB sajta;
Termin 4. (2 časa)	Tehnike on-line promocije u sklopu i van sopstvenog sajta; Karakteristike WEB sajta sa aspekta upotrebljivosti; Osnovni elementi sigurnosti elektronskog poslovanja; Praćenje statistike posjećenosti WEB prezentacije;
Termin 5. (2 časa)	Elektronski sistemi plaćanja: pojam i modaliteti; Sredstva za obavljanje finansijskih transakcija; Platne kartice, elektronski novac, elektronski čekovi, mikro plaćanja; Swift; Pay Pal;
Termin 6. (2 časa)	EFT/POS sistemi; ATM sistem; Kućno bankarstvo (Homebanking); On-line bankarstvo, internet bankarstvo; Mobilno bankarstvo; Sigurnost i sistemi zaštite u domenu elektronskog plaćanja; Zakonska regulativa u oblasti elektronskog plaćanja;
Termin 7. (2 časa)	Pojam i geneza elektronskog marketinga; Specifične karakteristike i prednosti E-marketinga; Interaktivnost elektronskog marketinga; Personalizacija; Marketinški aspekti kreiranja WEB prezentacije; Promocija WEB sajta i njeni ciljevi; Baneri;

Termin 8. (2 časa)	E-mail marketing; Spam i metode manipulacije putem e-mail-a; Blog marketing; Diskusione grupe; Etički neprihvatljivi marketinški sadržaji na internetu; Pojam elektronske trgovine; Oblasti primjene elektronske trgovine;
Termin 9. (2 časa)	Klasična i E-trgovina - distinkcije; Modeli elektronske trgovine; Forme elektronske trgovine; Elektronska maloprodaja; M - commerce; Prednosti i nedostaci E- trgovine; Specifičnosti B2B elektronskih tržišta
Termin 10. (2 časa)	Forme B2B poslovanja; B2B mehanizmi; Vertikalna B2B tržišta; Horizontalna B2B tržišta; B2B tržišta orijentisana na kupca i dobavljača i nezavisna tržišta; Ključne razlike između B2B i B2C modaliteta elektronskog poslovanja; Specifične oblasti marketinga u elektronskom poslovanju; On – line aukcije, E – obrazovanje, E poslovanje u oblasti osiguranja;

Plan rada na vježbama (u terminima nakon predavanja):

- Pojašnjavanje komplikovanih i nejasnih tematskih cjelina;
- Ponavljanje i uvježbavanje materije predmeta;
- Seminarski radovi - usmene odbrane.

2. TEME ZA SEMINARSKI RAD: u dogovoru sa predavačem.

UPUTSTVO ZA IZRADU SEMINARSKOG RADA:

PREPORUKA STRUKTURE SEMINARSKOG RADA (obim: 10-20 st.):

- 1. Naslovna strana
- 2. Sadržaj
- 3. Uvod
- 4. Tematska razrada (sa odgovarajućim naslovima i podnaslovima)
- 5. Zaključak
- 6. Literatura

IZGLED SEMINARSKOG RADA:

- A4
- Margine: po 2 cm, osim lijeve margine koju treba podesiti na 3 cm
- Vrsta slova: Times New Roman, veličine 12
- Prored između redova je 1
- Paragraf - Spacing before & after: podesiti na 0
- Svaku stranicu rada numerisati (osim naslovne strane)

NASLOVNA STRANA I SADRŽAJ

- Naziv univerziteta i naziv fakulteta; podaci se ispisuju na vrhu strane, centrirano, veličine 16 pt, jedan ispod drugog, ili staviti logo. Nemojte oba!
- Sadržaj se stavlja na početku rada, odmah iza naslovne strane.
- U sadržaj moraju biti uvršteni svi naslovi i podnaslovi sa numeracijom strana.

I UVOD (10-15% ukupnog teksta)

- Podrazumijeva opšti pristup izabranoj temi

II CENTRALNI DIO (oko 70% ukupnog teksta)

- To je suština seminarskog rada - obrađuje se izabrana tematska oblast.
- Naslove poglavlja i podnaslove treba numerisati: Naslovi poglavlja - 1. Naslovi potpoglavlja - 1.1. , 1.2. , 1.3. , itd.
- Koristiti fusnote u tekstu: stavljaju se pri dnu stranice i sadrže sve ono što bi u tekstu otežavalo čitanje i razumijevanje (bibliografske reference, objašnjenja koja su korisna ili zanimljiva ali nisu neophodna, citati na stranom jeziku i sl.).

Obilježavanje u tekstu, npr.: ...imaju više segmenata¹

Primjer za fusnote: Autor, Dijelo, Izdavač, Mjesto i godina, broj strane na kojoj se nalazi citirani tekst.

- Za grafikone, tabele, slike: Red. broj, Naslov (bold); ispod: Izvor.

III ZAKLJUČAK (oko 10-15% ukupnog teksta)

- Rezime iznijete materije i zaključne napomene; mogu i smjernice za dalja istraživanja u toj oblasti.

LITERATURA

- Navođenje literature je obavezno.
- U literaturi navoditi SAMO ono što je u radu citirano.
- Nalazi se na kraju rada, NUMERIŠE SE i piše se na sljedeći način:

Knjige:

1. Abilava, H.: *Explaining Foreign Direct Investment in Transition*, National University KMA, Kiev, 2006.

Časopisi:

2. Mitić, B.: "Priliv SDI u Srbiju iz zemalja EU i finansijska pomoć EU u procesu pristupanja", *Tržište-Novac-Kapital* br. 4/2007, PKS, Beograd, 2007.

Internet izvori:

3. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>

3. ISPITNA PITANJA: tematske cjeline iz programa predavanja.

4. NAČINI POLAGANJA ISPITA

Prva mogućnost:

Parcijalne pismene provjere znanja I i II.

I Parcijalna pismena provjera znanja (**max. 25 poena**)

Smatra se da je student **položio** ako osvoji min. **15 poena**.

II Parcijalna pismena provjera znanja (**max. 25 poena**)

Uslov: položen I PP.

Smatra se da je student **položio** ako osvoji min. **15 poena**.

Način bodovanja za ocjenu sljedeći:

Aktivnost	Bodovi
I PARCIJALNA P.PROVJERA ZNANJA	25
II PARCIJALNA P.PROVJERA ZNANJA	25
+ Usmeni ispit	20
Seminarski rad sa usmenom odbranom	15
Aktivnost na nastavi	15

Druga mogućnost:

Integralni pismeni ispit (**max. 50 poena**).

Smatra se da je student **položio** ako osvoji min. **30 poena**.

Način bodovanja za ocjenu sljedeći:

Aktivnost	Bodovi
INTEGRALNA P.PROVJERA ZNANJA	50
+ Usmeni ispit	20
Seminarski rad sa usmenom odbranom	15
Aktivnost na nastavi	15

Treća mogućnost:

Integralni usmeni ispit (**max. 70 poena**).

Način bodovanja za ocjenu sljedeći:

Aktivnost	Bodovi
INTEGRALNA U.PROVJERA ZNANJA	70
Seminarski rad sa usmenom odbranom	15
Aktivnost na nastavi	15

Skala ocjenjivanja:

Bodovi		Ocjena	
OD	DO	Brojčana	Opisna
0	54	5	Nedovoljan
55	64	6	Dovoljan
65	74	7	Dobar
75	84	8	Vrlo dobar
85	94	9	Odličan
95	100	10	Izuzetan

Doc.dr Saša Mitrić