

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Elektronsko poslovanje

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

3

5. Status nastavnog predmeta:

Izborni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

7. Ograničenja pristupa:

8. Trajanje / semest(a)r(i):

1

6

9. Sedmični broj kontakt sati i ukupno studentsko radno opterećenje na predmetu:

| | Semestar (1) | Semestar (2) | (za dvosemestralne predmete) | Opterećenje: (u satima) |
|--|--------------|--------------|------------------------------|-------------------------|
| 9.1. Predavanja | 6 | | | Nastava: 22,50 |
| 9.2. Auditorne vježbe | 2 | | | Individualni rad: 62,75 |
| 9.3. Laboratorijske / praktične vježbe | | | | Ukupno: 85,25 |

10. Fakultet:

Ekonomski fakultet

11. Odsjek / Studijski program :

Ekonomija

12. Nosilac nastavnog programa:

Dr. sc. Edin Osmanbegović, red. prof.

13. Ciljevi nastavnog predmeta:

Usvajanje teorijskih i praktičnih znanja iz osnova e-poslovanja, trendova u e-poslovanju, arhitekture e-poslovanja, odnosa sa kupcima, e-lanca snabdijevanja, upravljanja znanjem u e-poslovanju i razvoju dizajna e-pslovanja.

14. Ishodi učenja:

Na kraju semestra/kursa uspješni studenti, koji su tokom čitavog nastavnog perioda kontinuirano obavljali svoje obaveze, će biti osposobljeni da:

- koriste dostupnu raspoloživu literaturu vezanu za rješavanje različitih problema navedenog kursa
- rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu i iste prezentiraju u pisanom ili verbalnom obliku
- polože završni ispit u redovnim ispitnim terminima.

15. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Strukturalna transformacija poslovanja
Osnovne značajke e-poslovanja
Poslovni modeli e-poslovanja
Integracija e-poslovanja
Trendovi u e-poslovanju
Arhitektura e-poslovanja
Infeastuktura e-poslovanja
Marketing i oglašavanje u e-poslovanju
E-odnosi sa kupcima
E-lanac snabdijevanja
Učesnici u e-poslovanju
E-upravljanje znanjem
Sigurnost u e-poslovanju
Razvoj dizajna e-pslovanja
Etički i društveni aspekti e-poslovanja
Uvođenje preduzeća u e-poslovanje

16. Metode učenja:

Predavanja i vježbe
Rasprave na predavanjima i vježbama
Prezentacije i rasprave na času
Analiza primjera iz prakse

17. Objašnjenje o provjeri znanja:

Kako bi student ostvario prolaznu ocjenu treba ostvariti minimalno 54 boda. Na predispitnim obavezama student može ostvariti maksimalno 70 bodova. Na završnom ispitu student može ostvariti maksimalno 30 bodova. Ocjenjivanje će se vršiti u skladu sa sljedećom tabelom:

broj bodova < 54 5
54 ≤ broj bodova ≤ 63 6
64 ≤ broj bodova ≤ 73 7
74 ≤ broj bodova ≤ 83 8
84 ≤ broj bodova ≤ 93 9
94 ≤ broj bodova ≤ 100 10

18. Težinski faktor provjere:

- praktičan rad ili prezentacija – 0 do 30 bodova (0,9 ECTS)
- test 1 – 0 do 30 bodova (0,9 ECTS)
- završni test – 0 do 40 bodova (1,2 ECTS)

19. Obavezna literatura:

K. Laudon, C. G. Traver; E-commerce, Pearson Education, New York, 2017.
Gary Schneider, Electronic Commerce, Cengage Learning, London, 2014.

20. Dopunska literatura:

21. Internet web reference:

22. U primjeni od akademske godine:

2024/25

23. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

28.05.2024.
