

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

Osnovi elektronskog poslovanja

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:****3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

6

**5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni  Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Nema

**7. Ograničenja pristupa:**

Nema

**8. Trajanje / semestar:**

1

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

**10. Fakultet:**

EKONOMSKI FAKULTET

**11. Odsjek / Studijski program:**

POSLOVNA EKONOMIJA

**12. Odgovorni nastavnik:**

Dr. sc. Edin Osmanbegović, vanr. prof.

**13. E-mail nastavnika:**

edin.osmanbegovic@untz.ba

**14. Web stranica:**

www.ef.untz.ba

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Usvajanje teorijskih i praktičnih znanja iz osnova primjene elektronskog poslovanja u preduzećima, arhitekturi i trendovima razvoja elektronskog poslovanja, ulogom i karakteristikama učesnika elektronskog poslovanja, kao i preocesu implementacije elektronskog poslovanja u preduzećima.

**16. Ishodi učenja:**

Studenti će ovladati osnovnim znanjima iz osnova primjene elektronskog poslovanja u preduzećima, arhitekturi i trendovima razvoja elektronskog poslovanja.

Studenti će ovladati osnovnim znanjima vezanima za ulogu i karakteristike učesnika elektronskog poslovanja, kao i preocesa implementacije elektronskog poslovanja u preduzećima.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

Strukturna transformacija poslovanja  
Osnovne značajke e-poslovanja  
Integracija e-poslovanja  
Trendovi u e-poslovanju  
Arhitektura e-poslovanja  
E-odnosi sa kupcima  
E-lanac snabdijevanja  
Učesnici u e-poslovanju  
Infrastruktura e-poslovanja  
E-upravljanje znanjem  
Razvoj dizajna e-poslovanja  
Uvođenje preduzeća u e-poslovanje

**18. Metode učenja:**

- Predavanje i auditorne vježbe
- Aktivno učešće i diskusije studenata
- Priprema i izlaganje grupnih i individualnih radova
- Domaći zadaci i konsultacije

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

U toku semestra studenti pismeno polažu 2 (dva) testa koji obuhvataju tematiku sa predavanja na kojima mogu ostvariti do 30 bodova maksimalno (60 ukupno). Završni ispit je pismenog ili usmenog karaktera i nosi 30 bodova. Da bi student položio predmet mora ostvariti minimalno 54 boda kumulativno.

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	bodovi
testovi (2x30)	60 bodova
završni pismeni/usmeni	40 bodova

**21. Osnovna literatura:**

1. E Osmanbegović, Internet u savremenim marketinškim procesima, Off-Set, Tuzla, 2011.
2. Schneider G., Electronic Commerce, Cengage, New York, 2017.

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:**

2017/2018

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**

24.04.2017.