

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Elektronska trgovina

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

3. Ciklus studija:

4. Bodovna vrijednost ECTS:

5. Status nastavnog predmeta:

 Obavezni Izborni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

Nema

7. Ograničenja pristupa:

Nema

8. Trajanje / semestar:

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:

13. E-mail nastavnika:

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Usvajanje teorijskih i praktičnih znanja iz osnova primjene elektronske trgovine. te usvajanje znanja iz infrastrukture elektronske trgovine, prodaje i marketinga na webu, Business-to-Business elektronske trgovine, društvenog umrežavanja, mobilne trgovine i okruženja elektronske trgovine.

16. Ishodi učenja:

Usvojena znanja iz infrastrukture elektronske trgovine,
Usvojena znanja vezana za tehnike prodaje i marketinga na webu.
Usvojena znanja vezana za primjenu Business-to-Business elektronske trgovine.
Usvojena znanja vezana za društvenoo umrežavanje, mobilnu trgovinu i okruženje elektronske trgovine.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Uvod u elektronsku trgovinu
Tehnološka infrastruktura elektronske trgovine: Internet I world wide web
Poslovne strategije elektronske trgovine
Prodaja na webu
Marketing na webu
Business-to-Business aktivnosti
Društveno umrežavanje
Mobilna trgovina
Online aukcije
Okruženje elektronske trgovine: Pravno, Etičko I Poresko

18. Metode učenja:

- Predavanje i auditorne vježbe
- Aktivno učenje 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 40 bodova. Da bi student položio predmet mora ostvariti minimalno 54 boda kumulativno.

20. Težinski faktor provjere:

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

21. Osnovna literatura:

1. Gary P. Schneider, Electronic commerce, Cengage Learning, United Kingdom, 2015.

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

2017/2018

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

24.04.2017.