

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

Strategije e-poslovanja

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**

ne popunjavati

**3. Ciklus studija:**

2

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

6

**5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni  Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:****7. Ograničenja pristupa:****8. Trajanje / semestar:** 1 2**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

**10. Fakultet:**

Ekonomski fakultet

**11. Odsjek / Studijski program:**

Ekonomija

**12. Odgovorni nastavnik:**

Edin Osmanbegović

**13. E-mail nastavnika:**

edin.osmanbegovic@untz.ba

**14. Web stranica:****15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Osposobiti studente drugog ciklusa da se upozna sa metodama i fazama naučnog istraživanja u oblasti strateškog planiranja e-poslovanja i stekne znanja za pisanje različitih publikacija iz predmetne oblasti.

**16. 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, rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu, vezanu za rješavanje različitih problema navedenog kursa
- samostalno primjenjuju metodologiju naučnog istraživanja u oblasti strateškog planiranja e-poslovanja

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

Okvir za strategiju e-poslovanja

Eksterna analiza: uticaj Interneta na makro okruženje e-poslovanja

E-okruženje

Trendovi e-poslovanja

Infrastruktura e-poslovanja

Interna analiza: kompetencije e-poslovanja kao izvor prednosti i slabosti

Strateške opcije tržišta e-poslovanja

Dugoročno zadržavanje konkurentske prednosti

Korištenje prilika novih tržišnih prostora e-poslovanja

Kreiranje vrijednosti kroz strategije e-poslovanja

Izbor odgovarajuće strategije za organizaciju internih strategijskih aktivnosti e-poslovanja

Izbor odgovarajuće strategije za interakciju sa dobavljačima

Izbor odgovarajuće strategije za interakciju sa klijentima

Prelazak na mobilno e-poslovanje

Strategija za implementaciju i održavanje e-poslovanja

**18. Metode učenja:**

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

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na II ciklusu studija, Pravilima o načinu polaganja ispita i ocjenjivanja studenata, Statutom Univerziteta u Tuzli i Silabusom koji predmetni nastavnik treba obezbijediti na početku svake akademske godine.

**20. Težinski faktor provjere:**

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.

**21. Osnovna literatura:**

1. Jelassi Tawfik, Strategies for E-Business: concepts and cases, Prentice Hall, 2008, London
2. Chaffey Dave, E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall, 2009, New York
3. Enders Albrecht, Tawfik Jelas

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:****24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**