

1. Definisati pojam elektronskog poslovanja.
2. Objasniti evoluciju elektronskog poslovanja.
3. Objasniti karakteristike elektronskog poslovanja.
4. Koje su osnovne forme elektronskog poslovanja?
5. Objasniti barem tri modela elektronskog poslovanja.
6. Objasniti intranet portal.
7. Objasniti modele poslovanja s dinamičkim cenama.
8. Objasniti model grupne kupovine.
9. Objasniti prednosti elektronskog poslovanja.
10. Objasniti infrastrukturu elektronskog poslovanja.
11. Objasniti komponente IT infrastrukture.
12. Objasniti razliku između ISO OSI i TCP/IP referentnog modela.
13. Objasniti razliku između statičkog i dinamičkog veća.
14. Objasniti sistem za upravljanje sadržajem.
15. Objasniti razvojne modele računarstva u oblaku.
16. Na konkretnom primeru objasniti prednosti korišćenja VPN tehnologije.
17. Na konkretnom primeru objasniti prednosti korišćenja VoIP tehnologije.
18. Objasniti infrastrukturu javnog ključa.
19. Šta obuhvata okruženje za uvođenje elektronskog poslovanja (navesti ih i objasniti)?
20. Pravni okvir za elektronsko poslovanje u Evropskoj uniji?
21. Navesti zakone Republike Srbije koji definišu pravni okvir elektronskog poslovanja?
22. Objasniti zakon o elektronskom potpisu.
23. Objasniti zakon o elektronskoj trgovini.
24. Objasniti zakon o elektronskom dokumentu.
25. Strategije elektronskog poslovanja.
26. Glavne faze generičkog modela strategije elektronskog poslovanja.
27. Porterov model pet sila konkurentnosti.
28. Objasniti razliku između *red ocean* i *blue ocean* strategije.
29. Modeli mreže strateških vrednosti.
30. Modeli strategije elektronskog poslovanja zasnovane na stejkholderima.
31. Za preduzeće ili organizaciju (po izboru), koja svoje poslovanje realizuje u onlajn okruženju, definisati: Strategiju elektronskog poslovanja kroz faze generičkog modela; Metodologiju kreiranja strategije elektronskog poslovanja prema modelu stejkholdera. Cilj primene red ocean ili blue ocean strategije.
32. Komponente elektronske trgovine.
33. B2C elektronska trgovina.
34. B2B elektronska trgovina.
35. Interperabilnost u B2B elektronskoj trgovini.
36. Modeli i mehanizmi plaćanja na Internetu.
37. Objasniti platne kartice i elektronski ček.
38. Objasniti elektronski keš i elektronski novčanik.
39. Objasniti P2P plaćanja i plaćanja vaučerima.
40. Objasniti mobilna plaćanja i sisteme mikroplaćanja.
41. Objasniti princip funkcionisanja sistema za ispostavljanje i plaćanje računa.
42. Objasniti razliku između tradicionalnog i internet marketinga.
43. Strategija Internet marketinga.
44. Internet marketing plan.

45. Navesti i objasniti tehnike Internet marketinga.
46. Objasniti razliku između organske i neorganske optimizacije.
47. Objasniti On-site optimizaciju.
48. Objasniti Of-site optimizaciju.
49. Trendovi Internet marketinga.
50. Pojam i karakteristike društvenih medija.
51. Razlike između društvenih i tradicionalnih medija.
52. Navesti i objasniti vrste društvenih medija.
53. Društvene mreže i e-zapošljavanje.
54. Marketing na društvenim medijima i viralni marketing.
55. Odnosi s javnošću i brendiranje na društvenim medijima.
56. Optimizacija društvenih medija.
57. Metrike društvenih medija.
58. E-bankarstvo.
59. Ciljevi i prednosti uvođenja e-bankarstva.
60. Arhitektura sistema e-bankarstva.
61. Instrumenti plaćanja u e-bankarstvu.
62. Sistemi platnog prometa.
63. SWIFT
64. Berze i berzansko poslovanje.
65. Sigurnost u e-bankarstvu.