

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм : Економија			
Назив предмета: Електронска трговина			
Наставник/наставници: Соња Вученовић			
Статус предмета: Обавезан на модулу Трговински маркетинг и менаџмент и изборни на модулима Маркетинг и Међународна економија и бизнис.			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Нема услова			
Циљ предмета Студенти ће учењем и истраживањем садржаја електронске трговине стећи знања о променама у развоју савремене информационе технологије у каналима маркетинга. Савладавањем садржаја предмета електронске трговине у процесима глобализације тржишта и интернационализације малопродаваца уз помоћ примене модерних електронских технологија студенти ће овладати новим знањем у области електронске трговине, која је виђена као нови фактор јачања конкурентности на савременом тржишту.			
Исход предмета Реализацијом наставног предмета треба да се обезбеди стицање неопходних теоријских и практичних знања о: електронској трговини и њеним основним пословним моделима; примени нових технологија у традиционалним трговинским институцијама; стратегијама привлачења, задржавања и праћења купаца на глобалном електронском тржишту; пословним моделима В2В и В2С електронске трговине; стратегији и имплементацији електронске трговине на глобалном тржишту. Стечена знања, теоријска и практична, кроз интерпретацију наставног садржаја са проблемским приступом, оспособљава студенте са новим знањем о електронској трговини.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <i>Теоријска настава електронске трговине обухвата:</i> технолошки прогрес и могућности примене електронске трговине и њених основних пословних модела; нове технологије у традиционалним трговинским организацијама (бар кодирање, POS опрема; електронско плаћање EFT, електронска размена података EDI); стратегије привлачења, задржавања и праћења купаца у условима електронске трговине; улогу Web-а у маркетинг комуникационом миксу; утицај Web-а на канале маркетинга; специфичности производа и услуга кроз употребу Web-а; Web цене у условима глобалне електронске трговине; интегрисани Интернет маркетинг; пословне моделе електронске трговине; предуслове стратегија примене електронске трговине и перспективе њеног даљег развоја; <i>Практична настава</i> Реализацијом наставног процеса, студентима ће се обезбедити стицање практичних знања кроз вежбе у рачуарској лабораторији, које укључују рад на решавању студија случаја, кроз конкретне и актуелне примере електронске трговине на глобалном електронском тржишту и у Републици Србији.			
Литература Др Јелена Кончар (2008): "Електронска трговина", Универзитет у Новом Саду, Економски факултет Суботица. Др Јелена Кончар; Др Соња Вученовић (2019): "Електронска трговина", Универзитет у Новом Саду, Економски факултет Суботица, (у штампи).			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 30	Практична настава: 30	
Методe извођења наставе Предавања, вежбе, консултације, интерактивне дебате и дискусије, практична решења на бројним примерима која су садржајно везана за основна поглавља у уџбенику.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијуми (2)	50 (2×25)	
семинарски рад (1)	15 (1×15)		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			