

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	Studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

<b>NAZIV PREDMETA</b>	<b>ELEKTRONIČKO POSLOVANJE</b>		
<b>Šifra</b>			
<b>Vrste izvođenja nastave</b>	x predavanja x seminari i radionice x vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti X mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava	X samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> (ostalo upisati)	
<b>Nositelj predmeta</b>	Prof. dr. sc. Nenad Prelog		
<b>Suradnik na predmetu</b>			
<b>Obvezni ili izborni kolegij</b>	Izborni		
<b>Godina</b>	2 (5)	<b>Semestar</b>	ljetni
<b>Cilj i sadržaj predmeta i nastavnih jedinica</b>	<p>Upoznati studente s prednostima i nedostacima elektroničkog poslovanja, te razviti svijest o važnosti primjene suvremenih mogućnosti elektroničkog poslovanja; pokazati primjere nekih rješenja e-poslovanja u zemlji i svijetu.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Definicija e-poslovanja</li> <li>2) Povijest/nastanak e-poslovanja</li> <li>3) Informacijska ekonomija i rad na daljinu</li> <li>4) Digitalna konvergencija i globalizacija</li> <li>5) Elementi sustava e-poslovanja</li> <li>6) Elektroničko trgovanje</li> <li>7) Medijska industrija i elektroničko izdavaštvo</li> <li>8) Modeli e-poslovanja po pojedinim djelatnostima</li> <li>9) Okruženje e-poslovanja</li> <li>10) Zakonske pretpostavke</li> <li>11) Elektronička tržišta i e-marketing</li> <li>12) E-poslovanje i društvene mreže</li> <li>13) Viralni marketing</li> <li>14) Perspektive e-poslovanja</li> </ol>		

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	Studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

<b>Kompetencije koje se stječu</b>	Studenti će naučiti kritički promatrati e-poslovanje s obzirom na njegove dobre i loše aspekte, razumjeti promjene u društvu i gospodarstvu pod utjecajem informacijske tehnologije, pripremiti se za sudjelovanje u projektima informatizacije pojedinih djelatnosti, posebice u turizmu, kulturi i medijima.		
<b>Obveze studenata:</b>	<b>Opće:</b> Studenti su dužni aktivno sudjelovati na ukupno 70 % predavanja i vježbi i redovito izvršavati zadatke za individualni i praktični rad .		
	<b>Posebne:</b>		
	<b>Izvanredni studenti nemaju obvezu dolazaka na nastavu , ali imaju obvezu ispunjavanja svih ostalih vidova izvođenja nastave prema opisu predmeta.</b>		
<b>Obvezna literatura:</b>	Željko Panian: Izazovi elektroničkog poslovanja. Narodne novine, Zagreb, 2002.		
<b>Dopunska literatura:</b>	<p>Željko Panian i dr.: Poslovni informacijski sustavi. Element, Zagreb, 2010.</p> <p>Goran Vlašić i dr.: Interaktivni marketing. PeraGO, Zagreb, 2007.</p> <p>Thomas L. Friedman: Svijet je ravna ploča. Algoritam, Zagreb, 2010.</p> <p>Bill Gates: Poslovanje brzinom misli – uporaba digitalnog nervnog sustava. Izvori, Zagreb, 1999.</p> <p>Nicholas Negroponte: Biti digitalan. Sysprint, Zagreb, 2002.</p>		
<b>ECTS bodovi</b>	5		
<b>Praćenje rada studenata</b>	STUDENTI se ocjenjuju tijekom semestra bodovanjem raznih provjera znanja. Ukupno se može dobiti 100 bodova. Dovoljan= 60 bodova, Dobar= 70 bodova, Vrlo dobar= 80 bodova, Izvrstan= 90 bodova. Nastavnik odlučuje koliko će bodova nositi pojedina provjera, ali samo jedna ne može donijeti prolaznu ocjenu.		
	<i>Oblik rada</i>	<i>BODOVI</i>	<i>Oblik rada</i>
	Pohađanje nastave	5	Referat
	Eksperimentalni rad		Seminarski rad
	Esej		Usmeni ispit
	Kolokvij	30	Projekt
	Pismeni ispit	40	Praktični rad
	Istraživanje		.... <i>Ostalo upisati</i>

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	Studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	Diplomski studij Novinarstvo i odnosi s javnošću

<b>Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta</b>	