

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Mesto i uloga asp-a u elektronskom poslovanju". Rad ima 14 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

„Ovde unesite naziv vaše više škole ili fakulteta“

SEMINARSKI RAD

Tema : Mesto i uloga ASP-a u elektronskom poslovanju

Mart, 2009.

SADRŽAJ

UVOD

Elektronsko poslovanje i elektronska trgovina Razvoj elektronskog poslovanja i elektronske trgovine. O razvoju elektronskog poslovanja i elektronske trgovine već je puno toga napisano. Ovde ćemo dati skraćeni prikaz ključnih momenata iz skorašnje istorije.

Krajem 1992. godine Marc Andreessen započeo je rad na novom browseru zvanom Mosaic koji je omogućavao pristup Web stranama, putem jednostavnog pritiska na taster miša. Mitchell Levy, bivši menadžer razvoja elektronske trgovine čuvenog Sun Microsystems-a rekao je za Andreessen-a "to je verovatno najznačajnija osoba za ovu oblast, koje se mogu setiti", Andreessen i Jim Clark adaptirali su Mosaic u Netscape kome je gotovo svako mogao pristupiti, što pre toga nije bio slučaj.

Danas, kada "dot com era" (pogledati: Osnovne definicije i pojmovi) polako postaje prošlost, menadžeri širom sveta i dalje pokušavaju da pretvore koncept elektronskog poslovanja u poslovnu stvarnost. Neke kompanije postigle su veliki uspeh, na primer Easyjet i Ryanair pri čemu su najveći broj korisnika svojih usluga usmerile na poručivanje on-line a pri tome nastavile da stalno privlače nove korisnike. Druge kompanije koriste Internet za postizanje konkurentske prednosti. Na primer, supermarket Tesco je uveo novi servis elektronske trgovine za potrošače koji koristi za prodaju.

Lako su mnoge kompanije koje su na početku svog postojanja koristile novi inovativni poslovni model već propale, mnogo njih još uvek vrlo uspešno radi. Neki primeri su Lastminute, www.lastminute.com (putovanja), Kelkoo, www.kelkoo.com (maloprodaja), Wanadoo, www.wanadoo.com (Internet provajder).

Elektronska trgovina je jedan od najznačajnijih aspekata Interneta, sa tendencijom stalnog porasta. Ona omogućuje razmenu proizvoda i usluga trenutno i bez vremenskih i prostornih barijera. U bilo koje vreme kupac može dobiti ono što želi. Ipak, put do uspešne online prodavnice na primer, može biti vrlo težak i konfuzan, ako njeni tvorci nisu svesni koncepta i principa koji stoje iza elektronske trgovine. Da bi se na ovo tržište ušlo mudro, potrebno je shvatiti šta treba da se uradi tokom pripremnog perioda.

Stoje kompanija duže primenjuje elektronsko poslovanje ona više i brže uči o online biznisu i u mogućnosti je da više zaradi. Intel je na tom polju najbolji sa impresivnom zaradom od preko 10

milijardi dolara tokom 1998. godine. Cisco, Dell, i IBM su vrlo blizu, a slede ih Gateway, Microsoft Expedia, Previews Travel, Amazon.com i Ticketmaster. Tokom 1998. godine svaka peta kupovina dogodila se na Internetu.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com