

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Inovacija elektronskog poslovanja". Rad ima 19 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.

VISOKA ŠKOLA ZA POSLOVNU EKONOMIJU I PREDUZETNIŠTVO

BEOGRAD

SEMINARSKI RAD

Predmet: ELEKTRONSKO POSLOVANJE

INOVACIJA

ELEKTRONSKOG POSLOVANJA

Beograd, decembar, 2010. godine

Sadržaj

I	UVOD	2	1.	INOVACIJE	2	1.1.	Definicija inovacija	3	1.2.
	Podela inovacija	4	1.3.	Obeležja inovacija	5	2.			
	ELEKTRONSKO POSLOVANJE	6		3. ELEKTRONSKO BANKARSTVO	8	4.			
	INTERNET BANKARSTVO	13		4.1. Elektronska samoposluga	16	4.2.			
	Elektronski tržišni centar	17	II	ZAKLJUČAK	11	III	LITERATURA	12	

I UVOD

„Modernizacija poslovanja mora se usmeriti prema inovacijama jer najveću količinu efekata donose inovacije procesa, inovacije postojećih proizvoda i inovacije organizacije.

Svesni smo da je pojam inovacija i inoviranja postao veoma značajan u savremenom društvu. U većini misija i vizija savremenih kompanija korišćenje ove reči postalo je obaveza. Mnogi vodeći svetski poslovni teoretičari (i praktičari), smatraju da ovaj pojam po važnosti postaje jednako važan pojmovima kao što su marketing, pozicioniranje, branding.

Pre pedeset godina kompanijama koje su težile uspehu na tržištu ponuđen je marketing. Sedamdesetih godina prošlog veka krenulo se agresivno sa potpunom poslovnom orijentacijom ka kupcu, osamdesetih lek je bilo pozicioniranje, a devedesetih branding. Da bi se opstalo na globalnom tržištu, svima je jasno da se bez svega ovoga ne može. Kako se onda razlikovati od ostalih, kako postati (i opstati) najbolji? Kako svoju organizaciju napraviti konkurentnom na tržištu koje je postalo superkonkurentno? Reč koja se danas svuda čuje je inoviranje. Prvo što nam padne na pamet kada pomislimo o inovacijama i inoviranju je, kad je kompanija u pitanju, da se tu radi o nečem novom u poslovnoj filozofiji ili načinu rada. U našem jeziku reč inovacija je sinonim reči novina.

1. INOVACIJE

Spominjanje inovacija najčešće navodi na pomisao da je to nešto što je povezano sa fundamentalnim naukama, da je to pitanje nauke i istraživanja ili državne podrške. Sledeće što se pomisli je da su inovacije samo pronalasci, nešto što je povezano usko sa intelektualnom svojinom pri čemu se pod tim najčešće podrazumeva da to mora obavezno da bude patent.

1.1. Definicija inovacija

Međutim, inovacije su više od pukog naučnog otkrića, jer ne postoje industrije niske tehnologije, već samo preduzeća niske tehnologije. Najuniverzalnija definicija inovacija bi glasila da inovacija podrazumeva obnavljanje i širenje dijapazona proizvoda, usluga i njihovih tržišta; uspostavljanje novih načina proizvodnje, nabavke i distribucije; uvođenje promena u način upravljanja, organizaciju rada, uslove za rad i veštine radne snage.

Nove ideje mogu da podrazumevaju i da se odnose na neki novi ili poboljšani proizvod odnosno uslugu, ali takođe i na način na koji se proizvod odnosno usluga isporučuju. Preduzeće koje sebe smatra inovativnim nastoji da poveća svoju konkurentnost konstantnim usavršavanjem svojih proizvoda, procesa i usluga, kao i svoje organizacije, metoda i struktura. Postalo je očigledno da ključni faktor sposobnosti zemalja da održe privredni rast i konkurentnost leži u tome da aktiviraju inovacije i učenje. Inovacije predstavljaju izazov za svaki biznis i svaki sektor, pogotovo za one koji su izloženi međunarodnoj konkurenciji na domaćim i izvoznim tržištima.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com