

M-Commerce

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 21 | Nivo: Ekonomski fakultet

Sadržaj

1. Uvod u m-commerce 1
2. Opis problema 3
3. Analiza problema 4
 - 3.1. Slučajevi korišćenja 4
 - 3.2. Konceptualni model 7
 - 3.3. Ugovor o sistemskim operacijama 8
 - 3.4. Dinamički model sistema 8
 - 3.4.1. Dijagram sekvenci 8
 - 3.4.2. Dijagram saradnje 11
 - 3.5. Statički model sistema 12
 - 3.5.1. Dijagram klasa 12
4. Implementacija 13
 - 4.1. WML 13
 - 4.2. ASP 15
 - 4.3. SQL 16
5. Korisničko upustvo 18
6. Zaključak 20
7. Literatura 21

UVOD U M-COMMERCE

Dok deo čovečanstva ovladava korišćenjem Interneta, na horizontu se pomalja bežična tehnologija koja, za razliku od konvencionalnog pristupa Internetu sa desktopa, korisnicima pruža priliku da uvek imaju informacije bukvalno u šaci, bez obzira gde se nalaze. WAP (Wireless Application Protocol) ima zadatak da poveže mobilni svet i Internet bežičnim putem, sa dlana umesto sa desktopa, omogućavajući anytime – anywhere komunikaciju.

Izvesno je da wireless neće biti samo minijaturna varijanta www sveta. Centralno pitanje za mobilni poslovni svet jeste kako će se bežična tehnologija odraziti na ono što imamo u vidu kada danas kažemo poslovanje. Potrebno je ozbiljno praćenje i proučavanje transformacije ljudskih potreba i tržišta pod uticajem bežične tehnologije, koja osvaja sve sfere života i rada. Ljudi imaju potrebe za drugačijom vrstom informacija kada se koriste tehnologijom preko mobilnih uređaja. Najuočljivija razlika je to što je mobilni Internet usmeren na dobijanje informacija koje su trenutno primenjive (gde je najbliži hotel, menjačnica novca...). Informacije moraju biti precizne, detaljne i odmah upotrebljive. WAP se može koristiti za pristup e-mailu, obavljanje različitih finansijskih i kupoprodajnih transakcija i slično. Neki sadržaji koji se preuzimaju sa Interneta, narudžbine i transakcije mogu se naplaćivati putem telefonskog računa. Fiksni Internet je stvorio virtuelni svet u čijem fokusu su bile globalne informacije, dok Wireless Internet poslovna dešavanja vraća iz virtuelnog u fizički svet i realno vreme, oživljavajući princip misli-globalno-deluj-lokalno. Posebnu analizu zaslužuje mobile advertising. Koji su putevi propagande u svetu bežičnih informacija? Najerealnije deluje teorija o "background" propagandi. Po njoj, reklame će imati formu screen savera koji se neprestano menja, sa mogućnosti da se po želji aktivira ili isključi. Personalizacija kao jedno od vrhovnih načela Interneta, ostaje aktuelna i kada je reč o bežičnoj tehnologiji, omogućavajući korisniku da na svom mobilnom uređaju prati samo reklame iz oblasti koje ga zanimaju.

WAP ARHITEKTURA

Osnovu WAP tehnologije čini WML (Wireless Markup Language). Po svojoj strukturi i osobinama sličan je HTML i XML jezicima. Wap standard predviđa uključivanje malog micro browsera u mobilni telefon tako da su zahtevi za resursima vrlo skromni. Aplikacije se nalaze na WAP serveru i po potrebi se šalju mobilnom telefonu i prikazuju u microbrowser-u. Zahtev za sadržajem WAP telefon šalje svom WAP gateway

serveru (telefon ga tretira kao proxy server) a on taj zahtev prosleđuje dalje regularnom HTTP Internet serveru.

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

www.maturskiradovi.net

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