

PRIJEMNI ISPIT MASTER STUDIJE – ELEKTRONSKO POSLOVANJE I UPRAVLJANJE SISTEMIMA

13. OKTOBAR 2012. GODINE

Prijemni ispit traje 60 minuta.

Šifra zadataka: 255W3A

I – Odgovorite na postavljena pitanja izborom iz liste ponuđenih odgovora (ukupno poena 10)

R. b.	Pitanje	Poeni
1.	Preduzeće "E-comm Bgd" bavi se online prodajom širokog asortimana artikala. Prodaja se vrši isključivo preko veb sajta preduzeća. Veb sajt preduzeća je atraktivan, funkcionalan i jednostavan za korišćenje. Koji od ponuđenih parametara je najbolji za ocenjivanje uspešnosti veb sajta? (a) Broj poseta veb sajtu; (b) Broj obavljenih transakcija putem veb sajta ; (c) Brzina učitavanja stranica sajta; (d) Pozicija sajta na pretraživačima; (e) vreme koje kupac provede na sajtu	
2.	Adresa koja određuje tačnu poziciju određenog resursa na Internetu skraćeno se naziva: (a) HTTP; (b) TCP/IP; (c) WWW; (d) URL ; (e) HTML	
3.	Tehnomanija prodaje svoje proizvode u fizičkim prodavnicama, ali i preko Interneta. Prema onlajn prisistvu na tržištu u pitanju je: (a) brick-and-mortar model; (b) brick-and-click model ; (c) dot-com model; (d) CRM model; (e) portal model	
4.	Termin koji se koristi da opiše upravljanje tokovima materijala, informacija i sredstava kroz lanac nabavke, od snabdevača preko proizvođača pojedinih komponenti, konačnog spajanja i distribucije (skladišta i maloprodaja) pa do konačnog kupca, označava se skraćenicom: (a) CRM; (b) CMS; (c) SCM ; (d) CSS; (e) XML	
5.	Sistemi za elektronski transfer novca na mestu prodaje označavaju se skraćenicom: (a) POS ; (b) SWIFT; (c) ATM; (d) PIN; (e) PayPal	

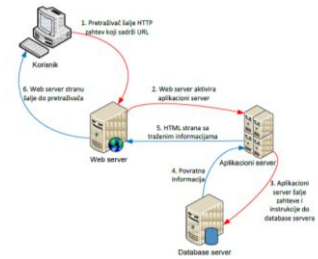
II – Pojmove koji nedostaju uneti u karton. Pojmove odvojiti zarezom. (ukupno poena 20)

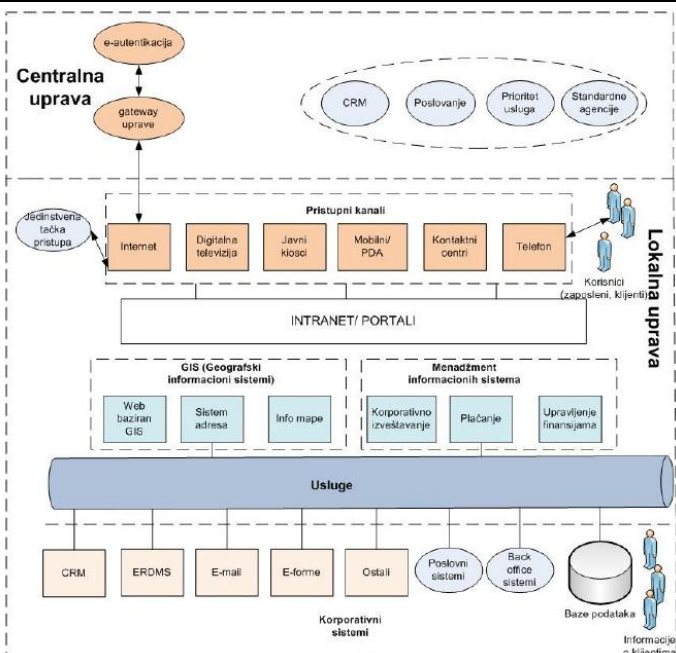
R. b.	Pitanje	Poeni
1.	U adresi http://elab.rs:80/index.php : 1. http je _____; 2. elab.rs je _____; 3. index.php je _____ (protokol, naziv servera, naziv dokumenta)	
2.	Republički geodetski zavod preko veb aplikacije omogućava uvid građanima u katastar nepokretnosti. Ovo je primer _____ forme elektronskog poslovanja (G2C)	
3.	Navesti tri interna faktora SWOT analize: 1. _____, 2. _____, 3. _____ (npr. marketing, prodaja, finansije, proizvodnja, ljudski resursi...)	
4.	www.yahoo.com je tipičan primer _____ portala (horizontalnog)	
5.	Navedite dva servisa e-uprave za građane: 1. _____, 2. _____, (npr. Izvod iz matične knjige, prijava prebivališta, lični dokumenti...)	
6.	Kada preko sajta Amazon kupite iPhone, kupili ste _____ proizvod od _____ agenta prodaje (fizički, digitalni)	
7.	Korišćenje TCP/IP protokola unutar privatnih korporacijskih mreža za potrebe rada internih informacionih sistema naziva se _____ (intranet)	
8.	Bazni Internet servis koji služi za prevođenje internet domena u IP adrese i obrnuto naziva se _____ (DNS)	
9.	Firma za projektovanje i razvoj softvera "E-comm Serb" bavi se projektovanjem i programiranjem softverskih rešenja u oblasti elektronske trgovine. Nekolicina zaposlenih radi od kuće, preko Interneta. Da bi se obezbedio siguran pristup zaposlenih koji rade od kuće resursima u lokalnoj mreži "E-comm Serb"-a treba primeni tehnologiju _____ (VPN)	
10.	Proces prikupljanja raspoloživih internih i značajnih eksternih podataka i njihovo pretvaranje u korisne informacije koje pomažu poslovnim korisnicima pri donošenju odluka poznat je pod nazivom _____ (poslovna inteligencija)	

III – Odgovorite na postavljena pitanja (ukupno poena 20)

R. b.	P / O	Pitanje / odgovor	Poeni
1.	P	Objasniti aukcijski model elektronske trgovine.	
	O	Aukcijski model je jednostavniji od storefront modela jer nije potrebno da proizvod postoji. Ovde se radi o posredovanju. Pojavljuju se korisnici Interneta, koji se mogu javiti u ulozi ili prodavca ili licianta. Zadatak prodavca je da da podatke o predmetu prodaje, njegovu minimalnu cenu i krajnji rok za završetak aukcije. Licitant (kupac) pregleda podatke koje je izneo prodavac i vrši licitaciju. Aukcijski sajtovi zarađuju tako što uzimaju proviziju od obe strane. Najpoznatiji sajt je www.ebay.com	
2.	P	Objasniti pojam horizontalnog B2B tržišta?	
	O	Horizontalna e-tržišta jesu kapaciteti za razmenu između prodavaca i kupaca različitih industrijskih grana koji nabavljaju generičke ili tzv. indirektno proizvode i usluge koji nisu deo finalnih proizvoda preduzeća. Reč je o proizvodima koji mogu da se koriste u različitim industrijskim granama - kancelarijska oprema, građevinski materijal, usluge računovodstva, usluge održavanja i popravke itd. Primer horizontalnog tržišta je sajt TradeOut.com na kojem kompanije nude zalihe neprodane robe i opremu koja im više nije potrebna, drugim kompanijama koje imaju potrebu za takvom opremom ili robom. Na taj način kompanije, kupujući i prodajući jedna drugoj, oslobađaju gotovinu i smanjuju zalihe koje im više nisu potrebne.	
3.	P	Objasniti razliku između digitalnog keša i digitalnog čeka.	
	O	Digitalni keš glasi na donosioca. Digitalni ček glasi na ime.	
4.	P	Šta je viralni marketing?	
	O	Viral marketing se definiše kao bilo koja strategija koja stimuliše pojedince da šire marketinšku poruku drugima, kreirajući time potencijal za eksponencijalni rast prikaza te poruke i njen uticaj.	
5.	P	Objasniti pojam personalizacije veb sajta.	
	O	Ovaj termin označava prilagođavanje servisa i sadržaja koje se prezentuje na vebu u odnosu na korisnika koji gleda te sadržaje.	

IV – Odgovorite na pitanja i nacrtajte odgovarajuće slike(ukupno poena 15)

R. b.	Nacrtati i objasniti pristup dinamičkim veb stranicama.	Poeni
1.	<p>1. Veb čitač šalje HTTP zahtev veb serveru. HTTP zahtev sadrži URL sa traženom stranicom.</p> <p>2. Veb server prihvata klijentski zahtev i aktivira aplikativni server. Aplikativni server je softver koji može i ne mora biti instaliran na istom računaru kao i veb server.</p> <p>3. Na osnovu informacija primljenih u klijentskom zahtevu, aplikativni server prosleđuje upit ka serveru baze podataka.</p> <p>4. Na osnovu dobijenog zahteva, na serveru baze podataka izvršava se odgovarajući upit. Rezultat obrade šalje se nazad do aplikativnog servera</p> <p>5. Aplikativni server formira HTML stranicu u koju ugrađuje informacije dobijene iz baze podataka. HTML stranica prosleđuje se veb serveru.</p> <p>6. Veb server šalje HTML stranicu do klijentskog računara.</p>	

R. b.	Ilustrovati arhitekturu sistema e-uprave.	Poeni
2.		

V – Uneti značenje datih skraćenica i objasniti čemu navedena tehnologija služi (ukupno poena 5):

		Poeni
1.	ATM	Automated Teller Machines, samouslužni bankarski šalter - bankomat
2.	C2C	Customer to customer, model e-poslovanja koji povezuje kreiranje potrošače
3.	FTP	File Transfer Protocol, Internet protokol koji omogućava razmenu datoteka između dva računara preko TCP/IP protokola.
4.	ERP	Enterprise resource planning, softverski paket koji prati sve aspekte poslovanja jedne kompanije
5.	VoIP	Voice over IP, protokol za transmisiju glasa preko Interneta

VI – Rešiti studije slučaja. (Svaka studija slučaja nosi 15 poena)

R. b.	Studija slučaja	Poeni
1.	<p>Autoškola „Miško“ nalazi se u Beogradu i bavi se obukom kandidata za polaganje vozačkog ispita A, B i C kategorije. Autoškola poseduje statički veb sajt sa osnovnim informacijama i kontakt podacima.</p> <p>Potrebno je napraviti osnovni koncept Internet biznis plana autoškole. Neophodno je da koncept sadrži:</p> <ul style="list-style-type: none"> Opis poslovnog koncepta nastupa na Internetu autoškole Obrazložen izbor modela i forme elektronskog poslovanja Obrazložen izbor servisa elektronskog poslovanja koje je potrebno implementirati Kratko obrazloženje ostalih relevantnih elemenata Internet biznis plana <p>REŠENJE:</p> <p>1. Opis poslovnog koncepta nastupa na Internetu autoškole:</p> <p>Autoškola „Miško“ želi svoje poslovanje da unapredi kroz razvoj dinamičkog sajta sa interaktivnim elementima, koji će omogućiti bolju prezentaciju ponuđenih usluga, bolju interakciju sa klijentima i onlajn poslovanje. Autoškola „Miško“ treba da svojim klijentima omogući onlajn prijavljivanje, zakazivanje časova i vežbu za polaganje testova.</p> <p>2. Modeli i forme elektronskog poslovanja</p> <p>Autoškola „Miško“ u svom poslovanju koristi varijantu storefront modela. Svojim korisnicima omogućava proces prijavljivanja za obuku i plaćanja. Veb prezentacija sadrži sve relevantne informacije, proceduru za prijavu i online plaćanje. Poseban servis je onlajn zajednica klijenata škole u vidu foruma. Autoškola „Miško“ u svom poslovanju koristi B2C formu elektronskog poslovanja.</p>	

	<p>3. Servisi elektronskog poslovanja</p> <p>Servisi onlajn pretrage informacija na sajtu, servisi onlajn prijave za obuku vozača, servisi onlajn rezervacije termina za časove vožnje, servisi onlajn plaćanja, onlajn aplikacije za pripremu testova za polaganje vožnje, itd.</p> <p>4. Ostali relevantni elemenati Internet biznis plana</p> <p>Ciljevi predstavljanja na Internetu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Omogućiti klijentima bolju informisanost i jednostavniji proces realizacije obuke Povećati broj klijenata Smanjiti troškova ukupnog poslovanja. <p>Promocija:</p> <ol style="list-style-type: none"> Offline – deljenjem vaučera, putem bilborda, flajera i sl. Online - Reklamiranje na specijalizovanim portalima, baneri na tematskim forumima, mailing liste, pozicioniranje na pretraživačima, promocija u sklopu sopstvenog sajta, obogaćivanjem sadržaja, poput blogova, foruma, nastup na društvenim mrežama... <p>Efekti online poslovanja:</p> <ol style="list-style-type: none"> dostupnost informacija i kompletne ponude 24 časa dnevno lakše praćenje poslovanja povećanje broja klijenata povećanje profita konkurentna prednost <p>Biznis plan:</p> <p>Opis poslovnog koncepta - Autoškola „Miško“ bavi se obukom kandidata za polaganje vozačkog ispita A, B i C kategorije.</p> <p>Proizvod/Usluga - Autoškola „Miško“ se bavi pružanjem usluga obuke vozača.</p> <p>Menadžerski tim – vlasnik autoškole, PR menadžer i IT menadžer.</p> <p>Analiza tržišta - Autoškola „Miško“ želi da diverzifikuje svoju ponudu i učini je drugačijom u odnosu na sve lokalne konkurente. S obzirom, da je cilj autoškole da postane lokalni lider, ciljna grupa će biti stanovništvo Beograda, a posebno stanovništvo uzrasta od 17-21 godina iz dela grada u okolini auto škole.</p> <p>Konkurencija - ostale autoškole iz dela grada u okolini auto škole, kao i druge škole na teritoriji Beograda.</p> <p>SWOT analiza:</p> <ol style="list-style-type: none"> Snage - profesionalni odnos zaposlenih prema klijentima, atraktivan prostor za polaganje testova, kvalitetna vozila za obuku vozača, atraktivna i funkcionalna veb prezentacija Slabosti - slaba obučenosť zaposlenih za korišćenje Internet tehnologija, ne postoji sistem za onlajn plaćanje i zakazivanja časova vožnji Šanse - još uvek nedovoljno jaka konkurencija u području elektronskog poslovanja, rast informatičke svesti stanovništva, rast kupovne moći stanovništva, rast zainteresovanih polaznika autoškole Pretnje – nizak standard stanovništva, nedovoljna informatička obrazovanost stanovništva, neregulisana zakonska regulativa online poslovanja, razvoj elektronskog poslovanja kod konkurencije <p>Strategija kvaliteta - Autoškola „Miško“ strategiju kvaliteta sprovodi kroz obezbeđivanje:</p> <ol style="list-style-type: none"> pouzdatih, brzih i redovno ažuriranih informacija na veb sajtu, kvalitetnog i atraktivnog voznog parka za obuku vozača svih kategorija, kvalitetne usluge instruktora, sigurnosti tokom časova obuke. <p>Plan budućeg razvoja - unapređenje poslovanja primenom novih servisa elektronskog poslovanja i implementacija servisa mobilnog poslovanja.</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

R. b.	Studija slučaja	Poeni
2.	<p>Prodavnica nameštaja „WoodOnline“ bavi se isključivo elektronskom maloprodajom nameštaja. Nabavka se ostvaruje od samostalnih proizvođača nameštaja širom Srbije. Kompanija poseduje veb sajt sa katalogom proizvoda i mogućnošću online naručivanja, dok se plaćanje vrši pouzećem ili uplatom na račun.</p> <ul style="list-style-type: none"> Opisati osnovne probleme i moguća rešenja za probleme upravljanja lancem vrednosti u „WoodOnline“ Napraviti predlog rešenja za implementaciju CRM koncepta u onlajn tržišnom centru „WoodOnline“ Predložiti i obrazložiti izbor servisa i tehnologija mobilnog poslovanja koje mogu doprineti unapređenju poslovanja „WoodOnline“ <p>REŠENJE:</p> <p>Lanci vrednosti mogu imati probleme koji su uzrokovani neslaganjima između materijalnih i informacionih tokova. Nedovoljna informisanost o statusu porudžbine, nivoima robe na stanju kao i vremenu za koji će roba biti isporučena mogu izazvati nesigurnost i nepoverenje svih učesnika u lancu. Rezultat svega ovoga je gomilanje robe na zalihama. Jedan od načina da se obezbedi raspoloživost robe i zadovoljstvo klijenata, je svesti na minimum ili u potpunosti ukloniti kašnjenja isporuke robe. Ovo se može realizovati sklapanjem parterstava sa transportnim službama i implementacijom informacionog sistema za upravljanje dostavom proizvoda. Lanac snabdevanja (lanac vrednosti) prodavnice nameštaja „WoodOnline“ obuhvata proizvođače, dobavljače, trgovce na malo, distributere, servisere i kupce. Da bi ceo sistem funkcionisao na najbolji način, pomenutim akterima treba obezbediti pristup portalu za upravljanje lancem nabavke.</p> <p>Jedno od softverskih rešenja za implementaciju CRM koncepta je SugarCRM. Ovo je rešenje koje omogućava održavanje veza sa kupcima i poslovnim partnerima. Rešenje je potrebno unaprediti integracijom funkcionalnosti za praćenje procesa nabavke i prodaje u sistemu prodavnice nameštaja „WoodOnline“. Za ove funkcije predlaže se kupovina i kastomizacija gotovih modula SugarCRM-a. Na CRM portalu se vodi evidencija o porudžbinama, rokovima isporuke, stanju na zalihama, raspoloživim kapacitetima špeditera, o reklamacijama klijenata. Najvažnija funkcionalnost rešenja treba da se odnosi na kreiranje sveobuhvatne baze podataka o klijentima i servisa za analizu ovih podataka.</p> <p>Za unapređenje poslovanja prodavnice nameštaja „WoodOnline“, predlaže se:</p> <ul style="list-style-type: none"> uvodenje RFID (Radio Frequency Identification) tehnologije za označavanje i praćenje proizvoda u kompletnom lancu snabdevanja, primena SMS (Short Message Service) servisa za komunikaciju sa klijentima; SMS servise treba koristiti za dostavljanje personalizovanih ponuda klijentima koji žele da informacije dobijaju na ovaj način kreiranje veb sajta za mobilne uređaje; preko sajta treba omogućiti opcije za naručivanje i plaćanje. Kreiranje mobilnih aplikacija za zaposlene na terenu 	