

PRIJEMNI ISPIT MASTER STUDIJE – ELEKTRONSKO POSLOVANJE I UPRAVLJANJE SISTEMIMA

19. OKTOBAR 2014. GODINE

Prijemni ispit traje 60 minuta.

Šifra zadataka: 876X3F

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

R. b.	Pitanje	Poeni
1.	U Tehnomaniji možete kupovati u fizičkim prodavnicama, ali i preko sajta sa onlajn prodavnicom. Ovo je primer (a) Brick and click poslovnog sistema; (b) Brick and mortar poslovnog sistema; (c) dot-com poslovnog sistema; (d) Onlajn zajednice; (e) Ništa od navedenog.	
2.	255.255.255.0 je mrežna maska za: (a) A klasu; (b) B klasu; (c) C klasu; (d) D klasu; (e) E klasu	
3.	Preduzeće KomKom želi da registruje domen komkom.com. Proveru raspoloživosti ovog domena preduzeće može izvršiti: (a) podešavanjem domen kontrolera; (b) korišćenjem IMAP protokola; (c) korišćenjem Who is servisa; (d) konfiguracijom DNS-a; (e) KomKom ne može samostalno proveriti raspoloživost domena već mora koristiti usluge internet provajdera.	
4.	PIN je karakterističan za: (a) kreditne kartice; (b) debitne kartice; (c) Visa kartice; (d) kartice sa magnetnom trakom; (e) smart kartice	
5.	Tag i čitač su karakteristični za tehnologiju: (a) RFID; (b) GPS; (c) Barcode; (d) Pametne kartice; (e) WWW	

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

R. b.	Pitanje	Poeni
1.	_____ i _____ su primeri aukcijskog modela elektronskog poslovanja. (npr. ebay, limundo)	
2.	U adresi http://dokument.net:80/port.php: 1. http je _____; 2. dokument.net je _____; 3. port.php je _____; 4. 80 je _____ (protokol, naziv servera, naziv dokumenta, broj porta)	
3.	Sajt b92.net se može smatrati primerom _____ portala (horizontalnog)	
4.	Zavod za statistiku pruža potrebne podatke ministarstvima putem elektronske veb aplikacije. Korisnik iz ministarstva pristupa aplikaciji pomoću šifre. Ima na raspolaganju različite izveštaje o stanovništvu. Ovo je primer _____ forme elektronskog poslovanja (G2G)	
5.	Navesti tri servisa e-uprave za građane: 1. _____ 2. _____, 3. _____ (npr.lični dokumenti, registracija vozila, izvodi iz matične knjige rođenih).	
6.	Vlasnik veb sajta http://www.komkom.com je postavio na svojim stranicama link ka proizvodu koji se nalazi na Amazonu. Ukoliko posetilac prvog sajta klikne na link i kupi proizvod vlasnik prvog sajta biće finansijski nagrađne. O kojoj tehnici marketinga je reč _____ (affiliate marketing)	
7.	U ekstrne faktore SWOT analize spadaju _____, _____, i _____. (npr. mere ekonomske politike, fiskalni sistem, konkurencija...)	
8.	Većina CRM rešenja sadrži module za _____, _____, i _____. (npr. kontakti, podaci o preduzećima, podaci o proizvodima...)	
9.	Za proces prikupljanja internih i eksternih podataka i njihovo pretvaranje u korisne informacije koje pomažu poslovnim korisnicima pri donošenju odluka koristi se izraz _____ (poslovna inteligencija)	
10.	SWIFT je svetska mreža za međubankarsku finansijsku telekomunikaciju bkoja omogućava bezgotovinski transfer novca.	

III – Odgovorite na postavljena pitanja (ukupno poena 20)

R. b.	P / O	Pitanje / odgovor	Poeni
1.	P	Objasnite pojmove "poslovni model" i "model prihoda".	
	O	Poslovni model iskazuje način na koji će kompanija ostvariti prihod predstavljajući svoje proizvode, povećavajući njihovu vrednost dodatnim uslugama i postizati maksimalno zadovoljstvo svojih ciljnih potrošača. Modeli prihoda opisuju načine na koje kompanije zarađuju novac.	
2.	P	Objasniti pojam "lokacijski marketing". Navesti primer.	
	O	Lokacijski marketing je kada se potrošačima dostavljaju informacije prema njihovoj lokaciji. Primer: prilikom pretrage interneta po ključnoj reči "bioskop" korisnicima se prikazuju rezultati o bioskopima u njegovoj neposrednoj okolini.	
3.	P	Objasniti model jedinstvenog šaltera u e-upravi.	
	O	Jedinstveni šalter je mesto (najčešće portal e-uprave) na kome se posao po jednom predmetu može dovršiti u potpunosti, sa nekoliko klikova.	
4.	P	Šta je VoIP? Objasniti primenu.	
	O	Voice over Internet Protocol (VoIP) je protokol optimizovan za transmisiju glasa preko Interneta. Izdvajaju se dve ključne primene VoIP-a. Prva se odnosi na privatne poslovne mrežne aplikacije u okviru kojih VoIP rešenja menjaju klasičnu telefoniju. Druga primena se odnosi na primenu VOIP-a u okviru javne mreže (IP telefonija).	
5.	P	Objasniti način funkcionisanja dinamičkih veb sajtova.	
	O	1. Veb čitač šalje HTTP zahtev veb serveru. HTTP zahtev sadrži URL sa traženom stranicom. 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. 3. Na osnovu informacija primljenih u klijentskom zahtevu, aplikativni server prosleđuje upit ka serveru baze podataka. 4. Na osnovu dobijenog zahteva, na serveru baze podataka izvršava se odgovarajući upit. Rezultat obrade šalje se nazad do aplikativnog servera 5. Aplikativni server formira HTML stranicu u koju ugrađuje informacije dobijene iz baze podataka. HTML stranica prosleđuje se veb serveru. 6. Veb server šalje HTML stranicu do klijentskog računara.	

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

R. b.	Ilustrovati dimenzije e-trgovine. Objasniti svaku od dimenzija.	Poeni
1.	<p>Dimenzije e-trgovine su: proizvod, proces i učesnici, koji imaju po vrednosti: fizičku i digitalnu. Sve ono što se može poslati ili primiti preko Interneta je digitalni proizvod. Fizički proizvod je onaj koji postoji u fizičkom svetu. Fizički učesnici su dostupni uživo, dok se sa digitalnim učesnicima komunikacija odvija isključivo posredstvom različitih elektronskih interfejsa. Razlika između fizičkih i digitalnih procesa, je: odlazak u prodavnicu, na primer, pripada fizičkim procesima, dok pretraživanje i kupovina preko veba predstavlja digitalni proces.</p>	

R. b.	Ilustrovati arhitekturu CRM sistema.	Poeni
2.		

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

			Poeni
1.	ATM	Automated Teller Machine - bankomat. Samouslužni šalter koji omogućavaju korišćenje kompletnih šalterskih bankarskih usluga.	
2.	SMTP	Sending Mail Transfer Protocol - predstavlja osnovni protokol aplikativnog sloja koji služi za slanje elektronske pošte	
3.	GPS	Global Positioning System - satelitski sistem za određivanje geografskog položaja i navigaciju	
4.	VPN	Virtual private networks - Virtuelne privatne mreže su mreže realizovane na javnoj mrežnoj infrastrukturi, koje koriste iste principe sigurnosti i raspoloživosti kao i privatne mreže, a načine upravljanja i kvalitet usluga koje pruža Internet	
5.	DNS	Domain Name System je bazni Internet servis koji služi za prevodenje internet domena u IP adrese, i obrnuto.	

VI – Rešiti studije slučaja. (Svaka studija slučaja nosi 15 poena, ukupno poena 30)

R. b.	Studija slučaja	Poeni
1.	<p>Plej d.o.o iz Beograda se bavi razvojem edukativnih igara za mobilne uređaje. Igre su na srpskom jeziku, namenjene deci predškolskog uzrasta. Igre se korisnicima distribuiraju besplatno. Plej d.o.o želi da proširi poslovanje, poveća broj korisnika i ostvari prihod.</p> <p>Potrebno je napraviti osnovni koncept Internet biznis plana. Neophodno je da koncept sadrži:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obrazložen izbor modela i forme elektronskog poslovanja, sa detaljno obrazloženim modelom prihoda • Obrazložen izbor servisa elektronskog poslovanja koje je potrebno implementirati • Obrazložen izbor pogodnih tehnika promocije • Plan nastupa na društvenim mrežama • Kratko obrazloženje ostalih relevantnih elemenata Internet biznis plana <p>Rešenje: 1. Plej d.o.o. može svoje ciljeve da realizuje kroz razvoj i implementaciju odgovarajućeg poslovnog modela. Poslovni model se može zasnivati na freemium pristupu. Važni elementi poslovnog modela: Predlog vrednosti: Plej d.o.o nudi mobilne edukativne igre za decu predškolskog uzrasta. Model prihoda: Model prihoda se može zasnivati na besplatnoj distribuciji pojedinih edukativnih igara, elektronskoj prodaji dodatnih usluga i mogućnosti u okviru besplatnih igara, kao i razvoju nekoliko igara koje bi se u potpunosti plaćale. Realizacija poslovnog modela treba da se zasniva na razvoju modernog veb sajta koji će omogućiti prezentaciju igara, interakciju sa klijentima, naručivanje i preuzimanje besplatnih igara, kao i plaćanje dodatnih servisa i plaćenih igara.</p>	

	<p>Tržišne šanse: Ciljno tržište su deca predškolskog uzrasata, koja u sve većoj meri koriste mobilne telefone. Takođe, ciljna grupa su i njihovi roditelji. Broj kvalitetnih edukativnih igara za decu predškolskog uzrasata na srpskom jeziku nije veliki; igre se lako mogu prevesti i prilagoditi za korišćenje u drugim zemljama u okruženju.</p> <p>Plej d.o.o treba da koristi B2C formu elektronskog poslovanja.</p> <p>2. Neki od servisa koje bi trebalo implementirati su: onlajn pretraga informacija na sajtu, servis onlajn kataloga igrica, naručivanja i preuzimanje igrica preko odgovarajućih prodavnica mobilnih aplikacija, plaćanje dodatnih funkcionalnosti; implementacija servisa za integraciju sa društvenim mrežama (deljenje rezultata, preporučivanje prijateljima, i sl.)</p> <p>3. Kao pogodne tehnike onlajn promocije mogu se izdvojiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklamiranje i pozicioniranje u okviru odgovarajućih prodavnica mobilnih aplikacija - reklamiranje u okviru drugih igrica namenjenih istoj ciljnoj grupi - reklamiranje u okviru onlajn zajednica koje okupljaju roditelje dece predškolskog uzrasta - promocija u okviru društvenih mreža <p>4. Plan nastupa na društvenim mrežama treba da se fokusira na nastup na Facebook društvenoj mreži. Aktivnosti koje treba obuhvatiti su: izrada fan stranica za najpopularnije igre i realizacija reklamnih kampanja za ciljne grupe.</p> <p>5. Efekti online poslovanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rast broja korisnika igara - monetizacija igara i stvaranje profita - ostvarenje konkurentske prednosti <p>SWOT analiza:</p> <p>Snage – kvalitetne igre, iskustvo</p> <p>Slabosti – neizgrađen poslovni model</p> <p>Šanse - nedovoljno jaka konkurencija u području mobilnih edukativnih igara na srpskom jeziku, sve veći broj korisnika mobilnih telefona među vrlo mladom populacijom, širenje tržišta</p> <p>Pretnje – negativan stav roditelja, rast konkurencije, veliki broj mobilnih edukativnih igara na engleskom jeziku</p> <p>Strategija kvaliteta - Strategija kvaliteta sprovodi kroz obezbeđivanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kvalitetnih i atraktivnih igara - kvalitetnih obrazovnih sadržaja u okviru igara - dobru komunikaciju sa roditeljima <p>Plan budućeg razvoja - unapređenje poslovanja primenom novih servisa elektronskog poslovanja, višejezičnost.[]</p>	
--	--	--

R. b.	Studija slučaja	Poeni
2.	<p>„IoTLaB“ iz Beograda se bavi nabavkom i prodajom hardvera i softvera za realizaciju pametnih kuća, kao i konsaltingom u oblasti projektovanja pametnih kuća i zgrada. Saraduje sa više dobavljača opreme iz inostranstva. Najvažniji klijenti IoTLaB-a su građevinska preduzeća.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objasniti lanac vrednosti IoTLaB-a. • Predložiti i obrazložiti B2B servise elektronskog poslovanja koje je potrebno implementirati u cilju unapređenja saradnje sa dobavljačima i građevinskim preduzećima. • Predložiti i obrazložiti izbor servisa i tehnologija mobilnog poslovanja koje mogu doprineti unapređenju poslovanja • Razmotriti mogućnosti učešća na horizontalnim i vertikalnim elektronskim tržištima. Diskutovati prednosti i nedostatke. • Predložiti strategiju onlajn promocije. <p>Rešenje:</p> <p>1. Lanac vrednosti IoTLab-a obuhvata tokove materijala, informacija i sredstava od pojedinačnih dobavljača opreme, transportnih preduzeća, preko IoTLaBa, građevinskih preduzeća, pa do korisnika koji stanuju u pametnim kućama i koriste implementirane funkcionalnosti.</p> <p>2. Od B2B servisa, IoTLaB bi trebalo da izvrši povezivanje sa građevinskim preduzećima i omogući im dobru pretragu i naručivanje pojedinačnih proizvoda, konfiguraciju i poređenje rešenja, praćenje tekućih projekata i komunikaciju. Za bolju saradnju sa dobavljačima, potrebno je kreirati dobar registar dobavljača i servise za zahtevanje i prijem kataloga i ponuda.</p> <p>3. Osnovni servisi mobilnog poslovanja koji mogu unaprediti poslovne odnose se na podršku konsultantima na terenu. Korišćenjem mobilnih telefona i tablet uređaja konsultanti bi trebalo da mogu da pristupne projektnoj dokumentaciji, unose i ažuriraju potrebne podatke.</p> <p>4. Vertikalna e-tržišta su kapaciteti za razmenu između kupaca i prodavaca homogenih proizvoda određene industrijske grane. IoTLaB bi mogao da ostvari dobru saradnju sa dobavljačimaspecifičnog hardvera i softvera za pametne kuće korišćenjem vertikalnog tržišta. Horizontalna e-tržišta jesu kapaciteti za razmenu između prodavaca i kupaca različitih industrijskih grana koji nabavljaju generičke ili tzv. indirektno proizvode. IoTLaB bi mogao da ostvari dobru saradnju sa dobavljačima univerzalne i prateće opreme za pametne kuće korišćenjem horizontalnog tržišta.</p> <p>5. Ciljne grupe onlajn promocije treba da budu građevinska preduzeća koja realizuju projekte pametnih kuća. Onlajn promocija treba da se zasniva na kvalitetom veb sajtu sa dobrim informacijama, detaljnom ponudom i portfoliom projekata. Veb sajt bi trebalo dobro pozicionirati na pretraživačima. Promocija treba da obuhvati i kontakte sa pojedinačnim građevinskim preduzećima elektronskom poštom, kao i lične kontakte.</p>	