

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Upravljanje odnosima sa kupcima					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E086	<b>Godina studija</b>			IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			7	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Pružiti studentima teorijske spoznaje o usklađivanju poslovnih praksi i strategija kojima se kompanije i organizacije koriste u svrhu upravljanja i analize odnosa/interakcije i podataka kupaca s ciljem poboljšavanja odnosa s kupcima i zadržavanja postojećih kupaca, kao i rasta prodaje.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Poznavanje sustava CRM, značaj CRM u poslovanju, procesi planiranja CRM, formiranje baza kupaca, metodologija praćenja iskustava kupaca, identifikacija vrijednosti za kupca, kako upravljati odnosima sa stakeholderima, vrednovanje odnosa sa dobavljačima i investitorima, proces digitalizacije CRM					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U CRM (UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA KUPCIMA) (3 sata)</li> <li>2. PLANIRANJE I IMPLEMENTACIJA CRM-A (4 sata)</li> <li>3. RAZVOJ I UPRAVLJANJE BAZAMA KUPACA (4 sata)</li> <li>4. UPRAVLJANJE PORTFOLIOM VRIJEDNOSTI ZA KOMPANIJU I KUPCA (3 sata)</li> <li>5. CRM I ISKUSTVO KUPACA (4 sata)</li> <li>6. KREIRANJE VRIJEDNOSTI ZA KUPCA (3 sata)</li> <li>7. RETENCIJA I RAZVOJ KUPACA (3 sata)</li> <li>8. UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA DOBAVLJAČIMA (3 sata)</li> <li>9. UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA INVESTITORIMA (3 sata)</li> <li>10. PRIMJENA IT TEHNOLOGIJA U CRM (3 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	

	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	1,05	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	1,05	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>				
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. SeminarSKI Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %				
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	Buttle, F. " Customer Relationship Management; Concepts and Tehnologies", Second Edition, Elsevier Ltd,Oxford, 2009.				
<b>Dopunska literatura</b>	Payne, A., „ Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management“, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2005. Softić, L., „Osnove upravljanja odnosima sa kupcima“, SoftConsulting s.p. Tuzla, 2014. Mueller, J., Srića, V., „Upravljanje odnosom s klijentima: Primjenom CRM poslovne strategije do povećanja konkurentnosti“, Delfin – razvoj menadžmenta d.o.o., Zagreb, 2005.				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>					