

NAZIV PREDMETA	Upravljanje zadovoljstvom klijenata					
NIVO STUDIJA	Dodiplomski					
Šifra predmeta	5.01.04.E092	Godina studija			IV	
Nositelj/i predmeta				Bodovna vrijednost (ECTS)		5
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Pružiti studentima spoznaje da su klijenti najveća vrijednost svake kompanije te ih treba promatrati kao marketinški element i odrednicu upravljanja marketingom. Pri tome se zadovoljstvo klijenata promatra kao osnovno jamstvo uspješnosti i opstanka kompanije na dugi rok a najviše je ovisno o primljenoj vrijednosti koju klijenti ostvare u kontaktu s kompanijom putem traženih proizvoda i/ili usluga.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Znanje vezano za povezivanje zadovoljstva klijenata sa većom vrijednošću proizvoda i usluga, identifikaciji trenutne i željene vrijednosti, proces istraživanja i ocjena zadovoljstva klijenata te sustavno upravljanje odnosima s klijentima, kako provesti istraživanje zadovoljstva klijenata, kako analizirati i iskoristiti rezultate u sustavnom i kontinuiranom upravljanju odnosima s klijentima, kako izgraditi model mjerenja zadovoljstva, odabir faktora zadovoljstva.					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	<ol style="list-style-type: none"> 1. PROCES NASTAJANJA VRIJEDNOSTI U SVIJEŠTI KLIJENTA (2 sata) 2. PRIJEKUPOVNA VRIJEDNOST – ŽELJENA I OČEKIVANA VRIJEDNOST (2 sata) 3. PERCIPIRANE KORISTI (2 sata) 4. ISTRAŽIVANJE VRIJEDNOSTI ZA KLIJENTE (3 sata) 5. POVEZANOST KONCEPTA ZADOVOLJSTVA I VRIJEDNOSTI ZA KLIJENTE (3 sata) 6. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA KLIJENATA (3 sata) 7. UZORCI I UZORKOVANJE (3 sata) 8. OSNOVNA ANALIZA PODATAKA O ZADOVOLJSTVU KLIJENATA (3 sata) 9. IZGRADNJA MODELA MJERENJA ZADOVOLJSTVA KLIJENATA (3 sata) 10. SUSTAVNO UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA (3 sata) 					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obaveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio)	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje	0	Praktičan rad	0

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,5	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0

Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti				
	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 % Ispit 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO100 %				
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	Vranešević, T.,Pandža-Bajs, I., Mandić, M., „Upravljanje zadovoljstvom klijenata“, Accent,Zagreb, 2018.				
Dopunska literatura	Hill, N., Brierly, J., MacDougall, R., „How to Measure Customer Satisfaction“ drugo izdanje, Gower Publishing Limited, 2003.				
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)					