

NAZIV PREDMETA	Upravljanje odnosima sa kupcima					
NIVO STUDIJA	Dodiplomski					
Šifra predmeta	5.01.04.E086	Godina studija			IV	
Nositelj/i predmeta		Bodovna vrijednost (ECTS)			7	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	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.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	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					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	<ol style="list-style-type: none"> 1. UVOD U CRM (UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA KUPCIMA) (3 sata) 2. PLANIRANJE I IMPLEMENTACIJA CRM-A (4 sata) 3. RAZVOJ I UPRAVLJANJE BAZAMA KUPACA (4 sata) 4. UPRAVLJANJE PORTFOLIOM VRIJEDNOSTI ZA KOMPANIJU I KUPCA (3 sata) 5. CRM I ISKUSTVO KUPACA (4 sata) 6. KREIRANJE VRIJEDNOSTI ZA KUPCA (3 sata) 7. RETENCIJA I RAZVOJ KUPACA (3 sata) 8. UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA DOBAVLJAČIMA (3 sata) 9. UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA INVESTITORIMA (3 sata) 10. PRIMJENA IT TEHNOLOGIJA U CRM (3 sata) 					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konzultacije			
Obaveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,05	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	1,75	Ostalo (upisati)	

	Kolokvij	2,1	Usmeni ispit	1,05	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit	1,05	Projekat		Ostalo (upisati)	

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 % UKUPNO.....100 %				
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	Buttle, F. " Customer Relationship Management; Concepts and Tehnologies", Second Edition, Elsevier Ltd,Oxford, 2009.				
Dopunska literatura	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.				
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)					