

Šifra predmeta: MIT404		Naziv predmeta: INFORMACIONI SISTEMI ZA ODNOS SA KORISNICIMA/KUPCIMA	
Nivo: II ciklus studija		Godina: I	Semestar: I
Status: Obavezni		Broj ECTS kredita:6	
		Ukupan broj sati: 30	
1. CILJ PREDMETA		Razumijevanje modernih tehnika odnosa sa klijentima/kupcima uz intenzivnu upotrebu informacionih tehnologija. U današnje doba kada kupci-klijenti imaju dostupnost informacija i kada se njihovi zahtjevi sve više povećavaju, razumijevanje ponašanja klijenata i poznavanje adekvatnog odnosa s njima predstavlja ključ poslovno guspjeha firmi.	
1.1. Osnovne tematske jedinice		ZNČAJ KLIJENTA U SAVREMENOM POSLOVANJU 1. Klijent kao središnji faktor poslovanja 2. Upravljanje zadovoljstvom klijenata 3. Vrijednost klijenta za kompaniju 4. Arhitektura IS za podršku odlučivanju IT U SLUŽBI ZADOVOLJENJA KORISNIKA 5. Dizajniranje interfejsa prema klijentu 6. Uticaj interneta na odnos sa korisnicima 7. IS za zadovoljenje korisnika 8. Implementacija CRM sistema UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA 9. Oblikovanje CRM poslovne strategije 10. CRM strategije u odnosu s drugim poslovnim strategijama 11. Planiranje i organizacijski aspekti CRM-a 12. Integracija poslovnih funkcija i kanala kontakata s klijentima 13. Upravljanje odnosom s ključnim kupcima 14. Kreiranje programa lojalnosti i korisničkih grupa 15. Primjeri uspješne primjene koncepta upravljanja s korisnicima	
1.2. Rezultati učenja		Po kompletiranju ovog predmeta student će imati cjelovit pregled potrebnih znanja i tehnika o prikupljanju informacija o klijentima, interakciji sa njima, održanju njihove lojalnosti, povećanja profitabilnosti klijenata, korištenju informacionih tehnologija za ove svrhe itd.. Posle usvojenih znanja iz ove oblasti studentima će biti lakše razumjeti kompleksnost i važnost odnosa sa klijentiima načina prikupljanja adekvatnih informacija koje će im pomoći prilikom donošenja adekvatnih aktivnosti u cilju povećanja konkurentnosti kompanija u kojima budu radili.	
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
		Opis aktivnosti (%)	
2.1. Način izvođenja nastave		1. ex katedra 2. prezentacije 3. gosti predavači 4. vježbe i aktivnosti 5. zadaci	40% 20% 10% 20% 10%
		Učešće u ocjeni (%)	
2.2. Sistem ocjenjivanja		1. parcijalni 2. seminarski rad 3. projekat/vježbe 4. prezentacija 5. finalni ispit 6. prisustvo	25% 15% 15% 10% 25% 10%
3. LITERATURA		1. Lagumdžija Z., Zaimović T., Šabić Z., Kačapor K. i Grabovica E., "Menadžment informacioni sistemi – Konkurentnost i IT", Ekonomski fakultet Sarajevo, 2008. 2. Adrian Payne „ Handbook of CRM; Achieving Exellence in Costumer Management“; Linacre House, Jordan Hill, 2005. 3. Josip Muller i Velimir Srića . „upravljanje odnosom s klijentima“poslovna škola Delfin, Zagreb 2007 godina.	