

<b>Студијски програм:</b> Пословна економија и е-бизнис (модул: Менаџмент е-бизниса; модул: Менаџмент е-туризма и хотелијерства)			
<b>Назив предмета:</b> Е-логистика и управљање односима са клијентима у е-бизнису			
<b>Наставник/наставници:</b> др Мира Р. Аврамовић, проф.			
<b>Статус предмета:</b> обавезан			
<b>Број ЕСПБ:</b> 6			
<b>Услов:</b> нема услова			
<b>Циљ предмета</b> Предмет упознаје студенте са значајем електронског пословања у ланцу снабдевања и концептом управљања односима са клијентима. У савременој економији заснованој на знању, конкурентска предност се све више остварује успостављањем, развијањем и унапређењем односа са клијентима. маркетинг односа је од суштинског значаја за унапређење пословних перформанси организације. Циљ предмета је оспособљавање студената, стицањем одговарајућих знања и вештина, за ефикасно управљање ланцем снабдевања и маркетинг односима са одговарајућим организацијама.			
<b>Исход предмета</b> Након успешно савладаног градива студенти ће: разумети суштину логистике и концепт управљања ланцем снабдевања; схватити значај координације у ланцу снабдевања; проблеме у координацији; развој стратешког партнерства унутар ланца снабдевања; схватити значај примене различитих форми електронског пословања у ланцима снабдевања; бити упознаати са концептом управљања односима са клијентима и схватити значај примене савремене технологије за развој менаџмента односа са клијентима.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава:</i> појам и дефинисање логистике (ланца снабдевања); концепт управљања ланцем снабдевања; координација у ланцу снабдевања; изградња стратешког партнерства и поверења унутар ланца снабдевања; улога електронског пословања у ланцу снабдевања; утицај електронског пословања на перформансе ланца снабдевања; концепт информационих система логистике; квалитет у логистици; маџународна логистика; партнерски однос између пословних субјеката; карактеристике концепта управљања односима са клијентима; фактори развоја релационог маркетинга; ефекти примене концепта управљања односима са клијентима; технологија у функцији развоја менаџмента односа са клијентима. <i>Практична настава:</i> студије случајева (case study) познатих компанија које примењују електронско пословање у ланцу снабдевања; студије случајева (case study) за изградњу партнерства у ланцима снабдевања - процеси интегрисања и сарадње; студије случајева (case study) развоја добре координације у ланцу снабдевања; анализа примене концепта управљања односима са клијентима у пракси (case study).			
<b>Литература</b> 1. Ловрета С., <i>Менаџмент односа са купцима</i> , Економски факултет, Београд, 2010. 2. Божић В., Аћимовић С., <i>Маркетинг логистика</i> , Економски факултет, Београд, 2019. 3. Нада Барац, <i>Стратегијски менаџмент логистике</i> , СКЦ, Ниш, 2006. 4. Chopra S., Meindl, P., <i>Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation</i> , 6 <sup>th</sup> edition, Essex, NE: Pearson Education, 2016.			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 30</b>		<b>Практична настава: 30</b>
<b>Методe извођења наставе</b> Предавања, вежбе, презентација примера из пословне праксе, студије случајева, израда и презентација семинарских радова, примењени истраживачки рад.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>Поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>Поена</b>
активност у току предавања	<b>5</b>	писмени испит	
практична настава	<b>5</b>	усмени испт	<b>45</b>
колоквијум	<b>30</b>	.....	
семинар-и	<b>15</b>		