

Студијски програм: Пословна економија и е-бизнис (модул: Менаџмент е-бизниса; модул: Менаџмент е-туризма и хотелијерства)			
Назив предмета: Е-логистика и управљање односима са клијентима у е-бизнису			
Наставник/наставници: др Мира Р. Аврамовић, проф.			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема услова			
Циљ предмета 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.			
Исход предмета 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.			
Садржај предмета <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; мађународна 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).			
Литература 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 th edition, Essex, NE: Pearson Education, 2016.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 30		Практична настава: 30
Методe извођења наставе Предавања, вежбе, презентација примера из пословне праксе, студије случајева, израда и презентација семинарских радова, примењени истраживачки рад.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испт	45
колоквијум	30	
семинар-и	15		