

<b>Студијски програм: Хотелијерство</b>			
<b>Назив предмета: Управљање односима са гостима у угоститељству</b>			
<b>Наставник/наставници: др Вукић Милена</b>			
<b>Статус предмета: изборни</b>			
<b>Број ЕСПБ: 7</b>			
<b>Услов: нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
Циљ предмета је усвајање теоријских и практичних знања о управљању односима са купцима, разумевање неопходности развоја дугорочних односа са купцима, као и значај креирања одговарајућег управљачког процеса. Циљ је и сналажење у савременом ИТ окружењу пословне концепције угоститељских предузећа као и идентификовање кључних купаца и одређивање њихове дугорочне вредности.			
<b>Исход предмета</b>			
Студенти ће стећи теоретска и практична знања у формулисању стратегије управљања односима са купцима, разумети потребне кораке у развоју дугорочних односа са купцима као и формулисање стратегије менаџмента односа са купцима и моћи ће да се снађу у окружењу најактуелнијих софтверских решења за управљање односима са купцима.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
П1. Настанак и развој дугорочних односа са купцима. П2. Лојалност као полазна основа за успостављање веза са купцима. П3. Мерење задовољства купаца. П4. -П5. Дугорочна вредност купаца. П6. -П7. Стратегије аквизиције купаца и трошкови аквизиције. П8. -П9. Метрике за управљање односима са купцима (развој и стопа задржавања купаца, стопа губитка купаца. П10. -11. Менаџмент кључних купаца. П12. -П13. Софтвери за управљање односима са купцима у угоститељству. П14. -П15. Управљање односима са купцима у савременој угоститељској пракси.			
<i>Практична настава</i>			
Предавања, интерактивна дискусија, учење кроз заједнички рад на решавању практичних проблема, самостално истраживање студената, имплементација концепта развоја дугорочних односа кроз реалне примере из праксе као и кроз софтверска решења у угоститељској индустрији.			
<b>Литература</b>			
<b>Обавезна литература:</b>			
Ловрета, С., Петковић, Г., Берман, Д. Б., Вељковић, С., Црнковић, Ј., & Богетић, З. (2010). <i>Менаџмент односа са купцима</i> . Београд: Економски факултет.			
<b>Допунска литература:</b>			
Дамњановић, В. (2015). <i>Стратегија управљања односима с купцима у продаји и маркетингу</i> . Београд: Задужбина Андрејевић.			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 3</b>	
<b>Типови извођења наставе:</b> предавања, вежбе, консултације.			
<b>Методе извођења наставе:</b> дискусије, демонстративни метод, студија случајева, учење кроз заједнички рад на решавању практичних проблема, самостално истраживање студената и решавање проблема на основу добијених задатака.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	<b>40</b>
практична настава	<b>20</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>20</b>		
семинар-и	<b>10</b>		