1.	**Наслов на наставниот предмет**	**Предметна програма од прв циклус на студии Менаџмент на односи со потрошувачи**				
2.	**Код**	**EBU 420**				
3.	Студиска програма	Е-бизнис				
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно - институт, катедра, оддел)	Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје Економски факултет - Скопје				
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв				
6.	Академска година /семестар	Четврта година/летен семестар	7.	Број на ЕКТС-кредити	7,5	
8.	Наставник	Проф. д-р Лидија Пулевска Ивановска				
9.	Предуслови за запишување на предметот	Нема				
10.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на предметната програма Менаџмент на односи со потрошувачи е да им овозможи на студентите да се стекнат со продлабочени знаења од областа на системите за менаџирање на односите со потрошувачите и со специфични вештини за примена на ова знаење во практиката. За остварување на овие цели, предметната програма ќе ги обработи теоретските аспекти на менаџментот на односите со потрошувачи, а потоа ќе се фокусира на нивната практична примена. По завршувањето на наставата студентите треба да бидат способни: • да ја разберат суштината на концептот CRM; • да користат податоци од истражувања, трансакции, интернет, социјални мрежи и сл. за мерење и менаџирање на односите со потрошувачите; • да ги применат потенцијалите на информациските системи за поддршка на имплементирањето на CRM концептот во бизнис практиката; • да ги идентификуваат клучните фактори за успех на CRM; • да го користат системот на урамнотежени показатели за мерење на ефективноста на CRM активностите.					
11.	Содржина на предметната програма: Предметот Менаџмент на односи со потрошувачи се фокусира на алатките, метриките и системите кои се користат за мерење и управување на односите со потрошувачите. Во рамките на овој предмет ќе се изучуваат: основи на CRM концептот; вредносен синџир на CRM; информациски технологии за CRM; имплементирање и интегрирање на CRM; нивоа на CRM; портфолио анализа на потрошувачите; бази на податоци за потрошувачите; создавањето вредност за потрошувачите; управување со животниот циклус на потрошувачите; CRM софтвер; мерење на ефективноста на CRM активностите преку системот на урамнотежени показатели.					
12.	Методи на учење: Предавања со презентации, интерактивни предавања, тимска работа, гостин на предавања, студии на случај, изработка и презентација на проектна задача					
13.	Вкупен расположив фонд на време	7,5 ЕКТС x 30 часови = 225 часови				
14.	Распределба на расположивото време	60+30+30+15+90 = 225 часови				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава	60 часови		
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториумски), семинари, тимска работа	30 часови		

16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	15 часови
		16.3.	Домашно учење – задачи	90 часови
17.	Начин на оценување		60+30+10 = 100 бода	
	17.1.	Тестови		60 бодови
	17.2.	Индивидуална работа/проект (презентација: писмена и усна)		30 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)		до 50 бода	5 (пет) (F)
			51 х до 60 бода	6 (шест) (E)
			61 х до 70 бода	7 (седум) (D)
			од 71 до 80 бода	8 (осум) (C)
			од 81 до 90 бода	9 (девет) (B)
			од 91 до 100 бода	10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и за полагање завршен испит		Реализирани активности	
20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик, англиски јазик	
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Интерна евалуација и анкета	

22. Литература

22.1. Задолжителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Buttle Francis	Customer relationship management: Concepts and Tools	Elsevier Ltd.	2007
2.	Peelen Ed, Beltman Rob	Customer Relationship Management	Pearson	2013

22.2. Дополнителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Kumar V., Andrew Petersen J.	Statistical Methods in Customer Relationship Management	John Wiley & Sons	2012
2.	Niven Paul R.	Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaing Results	John Wiley & Sons	2006