|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **VELEUČILIŠTE U KRIŽEVCIMA**  **Obrazac izvedbenog plana nastave** | Izdanje: travanj 2017. Oznaka: Prilog 5/SOUK/A 4.3.1. |
| Izdanje: travanj 2017. Oznaka: Prilog 5/SOUK/A 4.3.1. |

**Akademska godina: 2023./2024.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Studij:** | **Stručni diplomski studij *Poljoprivreda***  **Smjer: *Održiva i ekološka poljoprivreda*** | |
| **Kolegij:** | **TRŽIŠTE I MARKETING PROIZVODA ODRŽIVE I EKOLOŠKE POLJOPRIVREDE** | |
| **Šifra:** 241451  **Status**: obvezni | **Semestar:** **III** | **ECTS bodovi: 6** |
| **Nositelj:** | **dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. struč. stud.** | |
| **Suradnici:** |  | |
| **Oblik nastave:** | **Sati nastave** | |
| Predavanja | 30 | |
| Vježbe | 30 | |

**CILJ KOLEGIJA:** Upoznati studente s teorijom tržišta i marketinga proizvoda održive i ekološke poljoprivrede. Osposobiti polaznike za istraživanje tržišta, analizu problema, marketinšku pripremu ekoloških proizvoda.

**Izvedbeni plan nastave**

Početak i završetak te satnica izvođenja nastave utvrđeni su akademskim kalendarom i rasporedom nastave.

1. **Nastavne jedinice, oblici nastave i mjesta izvođenja**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **R. br.** | **Nastavna jedinica** | **Oblici nastave** | | | **Mjesto izvođenja nastave** |
| **P** | **V** | **S** |
| 1. | Uvod u predmet; nastavni plan, izvođenje nastave, provjera znanja | 1 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 2. | Pojam, razvitak i podjela tržišta.  Funkcije i dimenzije tržišta. Poljoprivredno tržište | 1 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 3. | Tržni čimbenici: potražnja, ponuda i cijene. | 1 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 4. | Ustroj tržišta i prodaje proizvoda.  Tržne ustanove. Prodajni kanali. Tržni udruge. Tržni posrednici | 1  2 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 5. | Marketing u poljoprivredi.  Marketing mix: proizvod, cijena, promocija, distribucija.  Promocijski splet: reklama/oglašavanje, izravna prodaja, odnosi s javnošću/publicitet | 2  2 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 6. | Tržište i marketing ekoloških proizvoda.  Primjena istraživanja marketinga ekoloških proizvoda. | 2  2 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 7. | Potvrdnica, deklaracija, logo ekoloških proizvoda.  Promidžba i predstavljanje ekoloških proizvoda.  Pakiranje i ambalaža.  Asortiman i cijene ekoloških proizvoda | 2  2  2  2 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 8. | Izravna i neizravna prodaja ekoloških proizvoda.  E-marketing | 2  2 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 9. | Izvozna strategija.  Tržište ekoloških proizvoda u zemljama EU. | 2  2 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 10. | Društvena odgovornost poduzeća, upitnik o podizanju svijesti o društvenoj odgovornosti poduzeća, problemi anketiranja na terenu |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 11. | Upitnik o podizanju svijesti o društvenoj odgovornosti poduzeća – pitanja o politikama radnog mjesta, ekološkim politikama, tržišnim politikama, politikama zajednice i vrijednosti poduzeća |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 12. | Eko-marketing, E-marketing, E portali za prodaju poljoprivrednih proizvoda u Hrvatskoj. Mogućnost terenske nastave i/ili terenske nastave. |  | 4 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 13. | Izravna prodaja seljačkih proizvoda uz pojedine primjere u Hrvatskoj i inozemstvu. Mogućnost terenske nastave i/ili gosta predavača. |  | 4 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 14. | Pretraživanje baze podataka provedenih projekata u EU iz područja tržišta ili marketinga. Mogućnosti prijave na projekte, simulacija prijave na projekt vezano uz tržište ili marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda te primjena u Hrvatskoj. |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 15. | Izrada slogana/ reklamnog plakata na osnovu studije slučaja. |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 16. | Izrada SWOT analize vezano uz E portale za prodaju poljoprivrednih proizvoda u Hrvatskoj |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 17. | Pretraživanje EU baze podataka o zaštićenim proizvodima EU. |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| 18. | Prezentacija zadataka studenata. |  | 10 |  | Predavaonica ili informatička radionica |

Oblici nastave: P=predavanja; V=vježbe; S=seminari, SP= stručna praksa

**2. Obveze studenata te način polaganja ispita i način ocjenjivanja**

Svi elementi koji se ocjenjuju moraju biti pozitivni ocjenama od 2 do 5:

Prisustvo – uz samo prisustvo ocjenjuje se sudjelovanje u aktivnostima tijekom predavanja, a naročito vježbi kroz diskusije, postavljanja pitanja i slično

Zadatak 1 (Z-1) – provođenje ankete o društvenoj odgovornosti poslovanja (ocjenjuje se rok predaje, ispravnost provođenja ankete te analiza)

Zadatak 2 (Z-2) – simulacija prijave na projekt (ispravnost izrade projekta po svim zadanim točkama, kreativnost ideje projekta i povezanost s temom poljoprivrednih proizvoda proizvedeni na ekološki i održivi način, objašnjenje korisnosti za lokalnu zajednicu, uključenost dionika u projekt i slično)

Pisani ispit – sastoji se od 40 pitanja (prolazna ocjena na 70%)

Ocjenjivanje pojedinih aktivnosti se provodi prema brojčanom sustavu, prema tablici Kriteriji ocjenjivanja.

Tablica: Kriteriji ocjenjivanja

|  |  |
| --- | --- |
| **Ocjena** | **% usvojenosti ishoda učenja** |
| Dovoljan | 60 – 69 % |
| Dobar | 70 – 79 % |
| Vrlo dobar | 80 – 89 % |
| Izvrstan | 90 – 100 % |

Aktivnost koja se ocjenjuje i pripadajući faktor opterećenja (f)/udio u ukupnoj ocjeni (%)

|  |  |
| --- | --- |
| **Aktivnost koja se ocjenjuje** | **Faktor opterećenja (f ) ili %** |
| 1. Prisustvo i aktivno sudjelovanje na nastavi | 10 |
| 1. Zadatak 1 | 10 |
| 1. Zadatak 2 | 20 |
| 1. Pismeni ispit | 60 |
| UKUPNO: | 100 % |

Konačna ocjena je suma ocjena svake nastavne aktivnosti pomnoženih s pripadajućim faktorom opterećenja (f) ili izraženo u postotku.

1. **Ispitni rokovi i konzultacije**

Ispiti se održavaju tijekom zimskog, ljetnog i jesenskog ispitnog roka najmanje po dva puta, a tijekom semestara jednom mjesečno i objavljuju se na mrežnim stranicama Veleučilišta

Konzultacije za studente održavaju se prema prethodnoj najavi u dogovorenom terminu.

1. **Ishodi učenja**

Nakon položenog ispita student će moći:

IU 1. Objasniti osnovne pojmove iz područja tržišta i marketinga u poljoprivredi

IU 2. Objasniti osnovne elemente tržišta ekoloških proizvoda i eko marketinga

IU 3. Objasniti osnovne elemente marketing mix-a i promocijskog mix-a u svrhu bolje tržišne pozicije ekoloških proizvoda

IU 4. Nabrojati politike društveno odgovornih poduzeća

IU 5. Provesti anketu o društvenoj odgovornosti na poljoprivrednom gospodarstvu i analizirati dobivene rezultate istraživanja

IU 6. Koristiti e-portale za prodaju poljoprivrednih proizvoda u Hrvatskoj

IU 7. Izraditi SWOT analizu

IU 8. Pronaći projekte vezane uz tržište ili marketing ekoloških proizvoda u EU na stranici Europske mreže za ruralni razvoj

IU 9. Predložiti projekt vezan uz tržište ili marketing ekoloških proizvoda u Hrvatskoj na osnovu projekata EU

IU 10. Dati ideju i izraditi slogan, reklamni plakat za određeni proizvod

IU 11. Koristiti bazu podataka zaštićenih proizvoda u EU

IU 12. Prezentirati vlastite rezultate istraživanja

**5. Konstruktivno povezivanje**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **IU** | **Nastavne jedinice/načini poučavanja** | **Vrednovanje** | **Vrijeme\* (h)** |
| IU 1. | N.J. 1-5  Predavanja; rasprava | Pisani ispit | 20 |
| IU 2. | N.J. 6-9; N.J. 12; N.J. 17  Predavanja; Internet – baza podataka o zaštićenim proizvodima EU i E-portali za prodaju poljoprivrednih proizvoda u RH; rasprava | Pisani ispit, vježba na nastavi | 20 |
| IU 3. | N.J. 6; N.J. 7; N.J.8; N.J 13; N.J. 15  Predavanja; studije slučaja; rad na tekstu; Internet – otkrivanje primjera dobre prakse; rasprava | Pisani ispit; vježba na nastavi | 20 |
| IU 4. | N.J. 10; N.J. 11  Anketa o društvenoj odgovornosti; rasprava | Zadatak 1, pisani ispit, vježba na nastavi | 10 |
| IU 5. | N.J. 10; N.J. 11  Anketa o društvenoj odgovornosti; analiza rezultata istraživanja; prezentiranje provedenih anketnih upitnika; rasprava | Zadatak 1 | 15 |
| IU 6. | N.J. 12  Internet – E portali za prodaju poljoprivrednih proizvoda u RH; rasprava | Vježba na nastavi | 10 |
| IU 7. | N.J. 12; N.J.16  Obrazac SWOT analize u Microsoft Teams-ima | Vježba na nastavi | 10 |
| IU 8. | N.J. 14  Internet – baza projekata EU; rasprava | Zadatak 2, vježba na nastavi | 20 |
| IU 9. | N.J. 14; N.J. 18  Internet – baza projekata EU; sudjelovanje u izlaganjima studenata i raspravama | Zadatak 2, vježba na nastavi | 20 |
| IU 10. | N.J.15  Studije slučaja | Vježba na nastavi | 10 |
| IU 11. | N.J. 17  Internet – baza podataka o zaštićenim proizvodima u EU, analiza istraživanja baze podataka | Vježba na nastavi | 10 |
| IU 12. | N.J. 18  Sudjelovanje u izlaganjima studenata i raspravama | Zadatak 1, Zadatak 2, vježbe na nastavi | 15 |
| UKUPNO SATI | | | 180 |

*\** Potrebno vrijeme (h) 1 ECTS= 30 h

**6. Popis ispitne literature**

a) Obvezna

1. Kolega, A., Božić M.: Hrvatsko poljodjelsko tržište, Zagreb, 2001.
2. *Kotler, P.:*Upravljanje Marketingom, Analiza, Planiranje, Primjena i Kontrola *(9. izdanje), Mate, Zagreb,* 2001.
3. Leko-Šimić, M.: Marketing hrane, Sveučilište J. J. Strosmayera Osijek, 2002.
4. Leon G. Schiffmanm, L. L. Kanuk: Ponašanje potrošača, Mate, 2004.
5. Previšić, J., Ozretić-Došen, Đ.: Marketing, Adverta, 2004.
6. Ružić, D.: e- Marketing, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2003.

b) Dopunska

1. Armstrong, G., Kotler, P., Marketing: An Introduction, Prentice Hall, 7th ed., 2004.
2. Cova, B., Ghaur P., Salle, R., **Projektni marketing,** Algoritam. Zagreb, 2011.
3. Kohls R., Uhl N. J.: Marketing of agricultural products. Purdue University, New Jersey, 1998.
4. Previšić, J., Bratko, S.: Marketing, Zagreb, 2001.

**7. Jezik izvođenja nastave**

Nastava se izvodi na hrvatskom jeziku.

Nositelj kolegija:

dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. struč. stud.

U Križevcima, rujan 2023.