|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **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 prijediplomski studij *Poljoprivreda*****Smjer: Bilinogojstvo, Zootehnika** |
| **Kolegij:** | **MARKETING I MENADŽMENT U POLJOPRIVREDI** |
| **Šifra:** 96742**Status**: izborni | **Semestar: V** | **ECTS bodovi: 4** |
| **Nositelj:**  | dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. struč.stud. |
| **Suradnici:**  |  |
| **Oblik nastave:** | **Sati nastave**  |
| Predavanja | 30 |
| Vježbe | 30 |

**CILJ KOLEGIJA:** Upoznati studente s osnovnim pojmovima i primjenom marketinga i menadžmenta u poljoprivrednom sektoru.

**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**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Nastavna jedinica** | **Oblici nastave** | **Mjesto održavanja** |
| **P** | **V** | **S** |
| **1.** | ***Uvod u predmet****:* Hrvatsko obiteljsko gospodarstvo i njegova transformacija, pretpostavke poljoprivrednog gospodarstva (prirodni resursi, ljudski resursi, tehnologija) | 2 |  |  | Predavaonica |
| **2.** | ***Osnovni pojmovi i teorija marketinga (***pojam, smisao, različite poslovne orijentacije, ishodište marketinga - ljudske potrebe i želje, suština proizvoda, vrijednost proizvoda, razmjena i tržište, marketing i različita stanja potražnje) | 3 |  |  | Predavaonica |
| **3.** | **Elementi marketing mixa.** Proizvod (kvaliteta, karakteristike, dizajn, pakiranje, etiketiranje, usluga kupcu). Cijena i ovisnost o ponudi i potražnji (ciljevi cijene, cjenovna elastičnost, troškovi, neke metode formiranja cijene)Kanali distribucije (funkcije kanala, broj posrednika i marketing sustavi), naglasak na direktnoj prodaji.Promocija (ekonomska propaganda, unapređenje prodaje, publicitet, osobna prodaja) | 7 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| **4.** | ***Tehnike marketinga (***segmentiranje tržišta, određivanje ciljnog tržišta, diferencijacija proizvoda, reklamiranje, razumijevanje kupca istraživanje i stvaranje tržišta | 4 |  |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| **5.** | ***Menadžment u poljoprivredi i menadžer*** *(*pojam i definiranje menadžera i menedžmenta, smisao, ciljevi, zadaci, aktivnosti, okolina, vještine i uloge menadžera) | 4 |  |  | Predavaonica |
| **6.** | **Menadžerske i poslovne funkcije poljoprivrednog gospodarstva (**Planiranje, organiziranje, usmjeravanje i kontrola kao menadžerske funkcije te proizvodnja, marketing, financije i menadžment ljudima kao poslovne funkcije poljoprivrednog gospodarstva) | 3 |  |  | Predavaonica |
| **7.** | **Osnove strateškog menedžmenta poljoprivrednog gospodarstva** (Strateško planiranje, analiza okruženja, SWOT analiza, vizija, misija i ciljevi poljoprivrednog gospodarstva, modeli strategija) | 3 |  |  | Predavaonica |
| **8.** | **Osnove operativnog menadžmenta poljoprivrednog gospodarstva** (Operativno planiranje, implementacija strategije, operacionalizacija strategije, gantov dijagram, kontrola i revizija). Donošenje odluke timski ili individualno. Relevantne informacije kao glavni resurs u donošenju odluka . | 4 |  |  | Predavaonica |
| **9.** | Samostalno izlaganje seminara od strane studenata prema odabranoj temi iz područja menadžmenta (desetominutno predavanje – **time menadžment**)Rasprava |  |  | 10 | Predavaonica  |
| **10.** | Primjeri uspješnih hrvatskih poljoprivrednih gospodarstava. |  | 1 |  |  |
| **11.** | Izrada gantovog dijagrama na vlastitom primjeru. |  | 1 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| **12.** | Rad u grupama/individualni rad – izrada plana komunikacije (kreiranje branda, boje logotipa, osmišljavanje reklamne poruke i slogana) na primjeru poljoprivrednog gospodarstva. |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| **13.** | Rad u grupama/ individualni rad – izrada SWOT analize za određeni poslovni slučaj poljoprivrednog gospodarstva. |  | 1 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| **14.** | Rad u grupama/individualni rad – kako donijeti odluku, individualno ili u grupi, što znači raditi u grupi i kakve su uloge u timu, provedba Belbin testa |  | 2 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
| **15.** | Izrada poslovne ideje iz marketing menadžmenta.Izlaganje rezultata istraživanja |  | 4 |  | Predavaonica ili informatička radionica  |
| **16.** | Terenska nastava – posjet poljoprivrednog gospodarstvu/instituciji/sajmu kao primjer dobre prakse u poljoprivrednom marketingu ili menadžmentu |  | 8 |  |  |
| **17.** | Pretraživanje baza podataka DZSHR, TISUP – individualni rad studenata potrebnih za donošenje odluka |  | 1 |  | Predavaonica ili informatička radionica |
|  | **UKUPNO SATI** | **30** | **30** |  |  |

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

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

Znanje studenata provjerava se i ocjenjuje kontinuirano tijekom trajanja predmeta „Marketing i menadžment u poljoprivredi“. Pri tome se vrednuje nazočnost i sudjelovanje u nastavi, izrađeni individualni i/ili timski zadaci studenata, izrada poslovne ideje te pismeni ispit.

Kao okvir za ocjenjivanje definiran je minimalan i maksimalni broj bodova za pojedine aktivnosti

* prisutnost i sudjelovanje u raspravama na nastavi vezano uz timske projektne zadatke – minimalno 5 bodova, maksimalno 15 bodova
* individualni zadatak studenata iz menadžmenta (desetominutno predavanje) – minimalno 7 bodova, maksimalno 15 bodova
* izrada poslovne ideje iz marketing menadžmenta – minimalno 20 bodova, maksimalno 40 bodova
* pismeni ispit – minimalno 20 bodova, maksimalno 30 bodova

Bodovi se stječu kontinuirano tijekom trajanja nastave iz predmeta „Marketing i menadžment u poljoprivredi“.

Zadaci studenata se ispravljaju u roku od 5 dana, a tijekom trajanja nastave student može pratiti broj bodova koje je stekao individualnim uvidom u evidenciju. Pismeni ispit ispravlja se isti dan, te se rezultat ispita zbrojen s ostalim aktivnostima upisuje kao konačna ocjena u ISVU sustav.

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 %** |
| 1. Prisustvo i aktivno sudjelovanje na nastavi
 | 15 |
| 1. Zadaci studenata
 | 15 |
| 1. Izrada poslovne ideje
 | 40 |
| 1. Pismeni ispit
 | 30 |
| UKUPNO:  | 100% |

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

Konačna ocjena = (a x 15%) + (b x 15%) + (c x 40%) + (d x 30%)

 100

**3. 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.

**4. Ishodi učenja (IU)**

Nakon položenog ispita student će moći:

IU 1. Objasniti osnovne pojmove iz područja marketinga i menadžmenta

IU 2. Prepoznati osnovne elemente marketing mixa

IU 3. Koristiti promocijski mix u svrhu bolje promocije poljoprivrednih proizvoda

IU 4. Razlikovati različite promocijske opcije i elemente promocijskog mix-a

IU 5. Izraditi SWOT analizu vezanu uz konkretno poljoprivredno gospodarstvo. Izraditi gantov dijagram.

IU 6. Razlikovati različite pristupe istraživanja tržišta i direktne prodaje.

IU 7. Pretraživati relevantne baza podataka u potrazi za relevantnim podacima potrebnih za donošenje poslovnih odluka i za razvijanje ideja za poljoprivredni biznis

IU 8. Izraziti se jasno i argumentirano o svojim stavovima glede procijene marketinških/menadžerskih aktivnosti na analiziranim primjerima poljoprivrednih gospodarstava

IU 9. Sudjelovati u radu tima

IU 10. Prezentirati vlastite rezultate istraživanja široj publici

IU 11. Upravljati vremenom

**5. Konstruktivno povezivanje**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ishodi učenja** | **Nastavne jedinice/načini poučavanja** | **Vrednovanje** | **Vrijeme\* (h)** |
| IU 1  | N.J. 1-8Predavanja; rasprava | Pisani ispit, izrada poslovne ideje | 20 |
| IU 2  | N.J. 3; N.J. 4; N.J.10Predavanja; studije slučaja; rasprava | Vježba na nastavi, individualni zadatak studenata, timski projektni zadaci  | 10 |
| IU 3  | N.J. 3; N.J. 4; N.J.12Predavanja; studije slučaja; rad na tekstu; rasprava | Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje, timski projektni zadaci | 10 |
| IU 4  | N.J. 3; N.J. 4; N.J.12Predavanja; studije slučaja; rad na tekstu; rasprava | Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje, timski projektni zadaci  | 10 |
| IU 5  | N.J. 7; N.J.11; N.J. 13Predavanja; studije slučaja; rad na tekstu; SWOT analiza; gantov dijagram; rasprava | Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje pisani ispit | 10 |
| IU 6 | N.J. 3; N.J. 10; N.J. 15Predavanja; prezentiranje provedenih anketnih upitnika i intervjua; rad na tekstu | Vježba na nastavi, timski projektni zadaci  | 10 |
| IU 7 | N.J. 8; N.J.17Predavanja; pretraživanje baza podataka (TISUP, DZSHR), analiza podataka | Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje | 14 |
| IU 8 | N.J. 10; N.J. 16 Praktičan rad, otkrivanje sadržaja na internetu, rasprava | Vježba na nastavi, terenska nastava | 10 |
| IU 9 | N.J. 8; N.J. 12; N.J. 14; N.J. 15Predavanje; grupni rad bez rasprave i s raspravom; Belbin test | Vježba na nastavi, timski projektni zadaci | 10 |
| IU 10  | N.J. 9; N.J.15Sudjelovanje na različitim oblicima izlaganja studenata i uključivanje u raspravu vezanu uz izlaganje | Desetominutno predavanje, timski projektni zadaci | 10 |
| IU 11 | N.J. 9Sudjelovanje na desetominutnom predavanju studenata i raspravi vezanoj uz time management i isticanje ključnih čimbenika tematike u kratkom vremenu | Desetominutno predavanje | 6 |
| **UKUPNO SATI** | **120** |

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

**6. Popis ispitne literature**

a) Obvezna

1. Svržnjak, Kristina: Osnove menadžmenta u poljoprivredi, interna skripta, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima

2. Kolega A., Božić M., (2001): Hrvatsko poljodjelsko tržište. Tržništvo, Zagreb (pojedina poglavlja)

3. Kolega A., Kovačević D., (1995): Uspješna prodaja. Tržništvo, Zagreb.

b) Dopunska

4. Kotler P., (1994): Marketing management. Informator, Zagreb (pojedina poglavlja)

 5. Kohls R., Uhl N. J., (1998): Marketing of agricultural products. Purdue University, New Jersey (pojedina poglavlja)

**7. Jezik izvođenja nastave**

Nastava se izvodi na hrvatskom jeziku.

Nositelj kolegija:

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

U Križevcima, rujan 2023