

VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Akademska godina: 2022./2023.

Predmet: izborni Šifra: 96742	MARKETING I MENADŽMENT U POLJOPRIVREDI	ECTS bodovi: 4
Stručni studij <i>Poljoprivreda</i>	<i>Programsko usmjerenje:</i> BILINOGOJSTVO ZOOTEHNIKA	Semestar: V
Nastavnici i suradnici:	dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. v. š.	
	Sati	
Predavanja	30	
Vježbe + seminari	30	
Stručna praksa	-	

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

Izvedbeni plan nastave za redovite studente

1. Nastavne jedinice, oblici nastave i mjesta izvođenja

Točna satnica izvođenja nastave (početak i završetak pojedinog oblika nastave) odrađuje se prema rasporedu nastave koji je istaknut na službenim Internet stranicama Učilišta.

	Nastavna jedinica	P	V	S	Mjesto održavanja
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 menadžmenta, 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 menadžmenta 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
Stručna praksa			SP		

Stručna praksa				
Integrirani projektni zadatak				
	Ukupno	30	20	10

Oblici nastave: P=predavanja; V=vježbe; S=seminari

2. 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 30 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.

Minimalan broj bodova za prolaz iz predmeta „Marketing i menadžment u poljoprivredi“ postavljen je apsolutno i iznosi 60 bodova. Ocjena na ispitu iz predmeta se utvrđuje od ukupno postignutih bodova:

- 60-69 bodova – dovoljan (2)
- 70-79 bodova – dobar (3)
- 80-89 bodova – vrlo dobar (4)
- 90-100 bodova – odličan (5)

3. Ispitni rokovi i konzultacije

Studenti polažu jedan pismeni ispit i to krajem mjeseca studenog te bi krajem mjeseca siječnja trebali predati prvu verziju izrađenog zadatka pod nazivom Izrada poslovne ideje iz marketing menadžmenta . Ukoliko student ne uspije položiti ispit u predviđenom roku, nakon odslušanog predmeta „Marketing i menadžment u poljoprivredi“ svaki mjesec se daje jedan ispitni rok, osim u mjesecima veljači, lipnju/srpnju i rujnu kada su ponuđena dva ispitna roka.

Ispit je strukturiran od nekoliko pitanja različite težine u bodovima tako da se na ispitu može postići maksimalno 30 bodova, na koje studenti odgovaraju zaokruživanjem na ponuđene odgovore ili upisuju tražene odgovore na postavljena pitanja. Ispit traje 30 minuta.

Konzultacije isključivo uz najavu studenta na e-mail ksvrznjak@vguk.hr.

4. Ishodi učenja i način provjere

ISHODI UČENJA	NAČIN PROVJERE
Nakon položenog ispita student će moći:	
1. Objasniti osnovne pojmove iz područja marketinga i menadžmenta	Pisani ispit, izrada poslovne ideje
2. Prepoznati osnovne elemente marketing mixa	Vježba na nastavi, individualni zadatak studenata, timski projektni zadaci

3. Koristiti promocijski mix u svrhu bolje promocije poljoprivrednih proizvoda	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje, timski projektni zadaci
4. Razlikovati različite promocijske opcije i elemente promocijskog mix-a	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje, timski projektni zadaci
5. Izraditi SWOT analizu vezanu uz konkretno poljoprivredno gospodarstvo. Izraditi gantov dijagram.	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje pisani ispit
6. Razlikovati različite pristupe istraživanja tržišta i direktne prodaje.	Vježba na nastavi, timski projektni zadaci
7. Pretraživati relevantne baza podataka u potrazi za relevantnim podacima potrebnih za donošenje poslovnih odluka i za razvijanje ideja za poljoprivredni biznis	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje
8. Izraziti se jasno i argumentirano o svojim stavovima glede procijene marketinških/menadžerskih aktivnosti na analiziranim primjerima poljoprivrednih gospodarstava	Vježba na nastavi
9. Sudjelovati u radu tima	Vježba na nastavi, timski projektni zadaci
10. Prezentirati vlastite rezultate istraživanja široj publici	Desetominutno predavanje, timski projektni zadaci
11. Upravljati vremenom	Desetominutno predavanje

5. Konstruktivno povezivanje

Ishodi učenja	Sadržaji (Nastavne jedinice) /način poučavanja	Vrednovanje	Potrebno vrijeme (h)
Ishod 1	N.J. 1-8 Predavanja; rasprava	Pisani ispit, izrada poslovne ideje	20
Ishod 2	N.J. 3; N.J. 4; N.J.10 Predavanja; studije slučaja; rasprava	Vježba na nastavi, individualni zadatak studenata, timski projektni zadaci	10
Ishod 3	N.J. 3; N.J. 4; N.J.12 Predavanja; studije slučaja; rad na tekstu; rasprava	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje, timski projektni zadaci	10
Ishod 4	N.J. 3; N.J. 4; N.J.12 Predavanja; studije slučaja; rad na tekstu; rasprava	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje, timski projektni zadaci	10
Ishod 5	N.J. 7; N.J.11; N.J. 13 Predavanja; studije slučaja; rad na tekstu; SWOT analiza; gantov dijagram; rasprava	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje pisani ispit	10
Ishod 6	N.J. 3; N.J. 10; N.J. 15 Predavanja; prezentiranje provedenih anketnih upitnika i intervjua; rad na tekstu	Vježba na nastavi, timski projektni zadaci	10
Ishod 7	N.J. 8; N.J.17 Predavanja; pretraživanje baza podataka (TISUP, DZSHR), analiza podataka	Vježba na nastavi, izrada poslovne ideje	10
Ishod 8	N.J. 10; N.J. 16	Vježba na nastavi, terenska nastava	10

	Praktičan rad, otkrivanje sadržaja na internetu, rasprava		
Ishod 9	N.J. 8; N.J. 12; N.J. 14; N.J. 15 Predavanje; grupni rad bez rasprave i s raspravom; Belbin test	Vježba na nastavi, timski projektni zadaci	10
Ishod 10	N.J. 9; N.J.15 Sudjelovanje na različitim oblicima izlaganja studenata i uključivanje u raspravu vezanu uz izlaganje	Desetominutno predavanje, timski projektni zadaci	10
Ishod 11	N.J. 9 Sudjelovanje na desetominutnom predavanju studenata i raspravi vezanoj uz time management i isticanje ključnih čimbenika tematike u kratkom vremenu	Desetominutno predavanje	6
UKUPNO SATI			116

6. Popis literature

Obavezna

1. Svržnjak, Kristina: Osnove menadžmenta u poljoprivredi, interna skripta, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima
2. Kolega A., Božić M., (2001): Hrvatsko poljodjelsko tržište. Tržištvo, Zagreb (pojedina poglavlja)
3. Kolega A., Kovačević D., (1995): Uspješna prodaja. Tržištvo, Zagreb.

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. Mogućnost izvođenja nastave na stranom jeziku

NE

Nositelj/ica predmeta:
dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. v. š.