

GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVcima

Akademska godina: 2022./2023.

Predmet: izborni Šifra: 161595	TRŽIŠTE I MARKETING HRANE	ECTS bodovi: 4
Stručni studij <i>Poljoprivreda</i>	<i>Programsko usmjerenje:</i> BILINOGOJSTVO ZOOTEHNIKA	Semestar: III
Nastavnici i suradnici:	Dušanka Gajdić, univ. spec. oec., v. pred. dr. sc. Silvije Jerčinović, prof. v.š.	
	Sati	
Predavanja	30	
Vježbe + seminari	30	
Stručna praksa	-	

CILJ PREDMETA: Predmet treba omogućiti studentima stjecanje znanja i razumijevanje teorije i analize tržišta, distribucije i marketinga hrane te stanja i odnosa na domaćem i međunarodnom tržištu hrane.

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.	Pojmovno određenje tržišta hrane: poljoprivredno tržište i poljoprivredni proizvođači; osnovne specifičnosti tržišta poljoprivrednih proizvoda i tržišta hrane, funkcije tržišta	1			Predavaonica
2.	Prehrambena industrija i proizvodnja hrane: specifičnosti prehrambene industrije u RH, klasifikacija prehrambene industrije, povezanost prehrambene industrije s drugim industrijskim granama, povezanost prehrambene industrije s malim poljoprivrednim proizvođačima, najveća prehrambena poduzeća u RH i svijetu Vježba 1. primjeri iz prakse, rasprava	2	2		Predavaonica
3.	Potražnja, ponuda i cijene poljoprivredno-prehrambenih proizvoda: čimbenici ponude i potražnje na tržištu hrane, cijene na tržištu hrane, specifičnosti ponude poljoprivrednih proizvoda, TISUP-tržišni informacijski sustav u poljoprivredi Vježba 2. Primjeri iz prakse, pretraživanje podataka s TISUP-a, rasprava	2	2		Predavaonica
4.	Temeljni pojmovi trgovine: pojam, značenje i funkcije trgovine, vrste trgovine	2			Predavaonica

5.	Trgovinske institucije za kupovinu i prodaju hrane: klasifikacija trgovinskih poduzeća; trgovina na veliko, trgovina na malo, maloprodaja hrane izvan prodavaonica, posebne institucije tržišnog gospodarstva (primjeri iz prakse, rasprava)	2	1		Predavaonica
6.	Posebni oblici tržišta i načini trgovanja: sajmovi, aukcije, robne burze; trgovanje poljoprivrednim proizvodima na svjetskim robnim burzama	2			Predavaonica
7.	Trgovinski poslovni procesi: nabava, skladištenje, prodaja. Vježba 3. Definiranje asortimana (mixa) proizvoda	2	2		Predavaonica
8.	Ustroj prodaje poljoprivrednih proizvoda: pojmovno određenje distribucije, funkcije distribucije, kanali distribucije i sudionici distribucije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda; tržne ustanove i prodajni kanali poljoprivrednih proizvoda; tržni posrednici; stabilnost opskrbe hranom; suradnja proizvodnog i trgovinskog poslovnog subjekta Vježba 4. Prikazati kanale distribucije za poljoprivredne i prehrambene proizvode na konkretnom primjeru nekog poduzeća ili OPG-a	2	2		Predavaonica
1. KOLOKVIJ			1		
9.	Pravna regulativa poslovanja u trgovini hranom: osnovni zakoni i propisi kojima se regulira tržište hrane	1			Predavaonica
10.	Označavanje hrane i pružanje informacija o hrani: subjekti u poslovanju hranom (SPH), deklariranje/označavanje hrane, kvaliteta hrane Vježba 5. Primjeri deklaracija za prehrambene proizvode, rasprava	2	2		Predavaonica
11.	Sigurnost hrane (Food safety): trendovi u prehrani, sljedivost u lancu prehrane, analiza rizika u poslovanju s hranom, RASFF sustav, institucije nadležne za sigurnost hrane Vježba 6. Pretraživanje podataka s Interneta - primjeri normi za sigurnost hrane, primjeri poduzeća s implementiranim sustavima sigurnosti hrane, rasprava	2	2		Predavaonica
12.	Marketing u proizvodnji hrane: segmentacija tržišta hrane; razvoj novih proizvoda; marketing mix; trgovačke marke Vježba 7. Primjeri trgovačkih maraka i promotivnih aktivnosti iz prakse, rasprava	4	2		Predavaonica
13.	Nacionalno, europsko i svjetsko tržište hrane: suvremeni trendovi razvoja na tržištu hrane; tržište hrane EU – trendovi i prilike za hrvatsku prehrambenu industriju	2			Predavaonica
14.	Izravna prodaja poljodjelskih proizvoda seljačkih gospodarstava: kratki opskrbni lanci, ogledni primjeri izravne prodaje (primjeri iz prakse, rasprava)	2	1		Predavaonica
15.	Hrvatska vanjskotrgovinska razmjena prehrambenim proizvodima: važnost poljoprivredne proizvodnje u Hrvatskoj vanjskotrgovinskoj razmjeni; izvoz i uvoz poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda RH; najvažniji prehrambeni proizvodi u izvozu RH; Vježba 8. Pretraživanje podataka o uvozu/izvozu npr. Na stranicama Eurostata, DZS i sl., rasprava	2	2		Predavaonica
16.	Seminar/case study:			10	

	Važnost prilagodbe poljoprivrednih proizvođača potrebama suvremenog tržišta hrane sa stajališta vrste i količine proizvodnje, dinamike i rokova isporuke te plasmana (distribucije) proizvoda na tržište; <u>Zadatak:</u> napraviti analizu proizvodnje, prodaje, kanala distribucije i promocije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda na primjeru nekog OPG-a (ogledni primjeri iz prakse, PPT, samostalna izlaganja studenata, rasprava)				Predavaonica i izvan Učilišta
	2. KOLOKVIJ		1		
	Ukupno	30	20	10	

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

Oblici izvođenja nastave: Predavanja se održavaju uz pomoć PowerPoint prezentacija u predavaonicama određenim rasporedom. Vježbe se održavaju uz pomoć PowerPoint prezentacija te uz pomoć prikupljenih podataka i informacija s Interneta i slučajeva iz prakse. Dio vježbi i stručne prakse odvijat će se i izvan Učilišta.

2. Način polaganja ispita i način ocjenjivanja

Provjera znanja provodi se tijekom izvođenja svih oblika nastave. Svi elementi koji se ocjenjuju trebaju biti ocijenjeni pozitivnim ocjenama od 2 do 5.

- Prisustvo i aktivnost na nastavi – ocjenjuje se prisustvo na nastavi te aktivno sudjelovanje u aktivnostima tijekom predavanja i vježbi: praćenje i čitanje aktualne literature, pretraživanje informacija s Interneta, rasprava i diskusije na aktualne i zadane teme i sl.
- Pismeni dio ispita - studenti mogu polagati ispit po odslušanim cjelinama, tijekom semestra - u dva dijela (1. i 2. kolokvij) koji trebaju biti pozitivno ocijenjeni. Za prolaz student treba na svakom kolokviju ostvariti minimalno 15 od ukupno 25 bodova. Postoji mogućnost ponovnog polaganja samo jednog kolokvija. Ako ne položi kolokvije tijekom nastave, student polaže ispit uz uvjet da je ispunio sve druge nastavne obveze. Za prolaz na ispitu potrebno je ostvariti minimalno 30 bodova (prolazna ocjena na 70%). Ispit je strukturiran od pitanja otvorenog (nadopuna odgovora, kratkih odgovora, produženih odgovora i jednog zadatka esejskog tipa) i zatvorenog tipa (zaokruživanje ponuđenih odgovora).
- Izrađen i prezentiran seminarski rad ili case study. Na temelju teorijskih i praktičkih spoznaja student je dužan izraditi pismeni seminarski rad (teoretski ili case study) na zadanu temu iz područja „Tržište i marketing hrane“, te prezentirati rad. Kroz uvodna izlaganja predavača navedenih nastavnih jedinica student će usvojiti neophodnu teorijsku podlogu za analizu ključnih trgovinskih problema što će primjerima iz prakse i potkrijepiti. Ocjenjuje se sadržaj i struktura rada, korištena literatura, relevantnost podataka, doneseni zaključci i vlastita razmišljanja o poslovnoj ideji, primjena stečenog znanja kroz zadatak, stil prezentacije i sl.
- Usmeni dio ispita – polaže se prema potrebi tj. ukoliko je student prikupio granični broj bodova iz pismenog ispita ili ukoliko nije zadovoljan prikupljenim bodovima i predloženom ocjenom može odgovarati za višu ocjenu.

Studenti trebaju ostvariti sljedeće uvjete za dobivanje potpisa:

- Prisustvovanje predavanjima (min. 80%)
- Predani i prezentiran seminarski rad ili case study

Studenti trebaju ostvariti sljedeće uvjete za polaganje cjelovitog ispita:

- Prisustvovanje predavanjima (min. 80%)
- Predan i prezentiran seminarski rad ili case study

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

Dijelovi koji se ocjenjuju	Bodovi (min-max.)	%	Kfo*
Sudjelovanje i aktivnost na nastavi	5 - 10	10%	0,4
Individualni zadatak studenta (seminar, case study...)	10 - 20	20%	0,8
Timski i individualni zadaci na vježbama	10 - 20	20%	0,8

Pismeni ispit ili dva kolokvija	30 - 50	50%	2
Ukupno:	100	100%	4 ECTS

* Kfo – korekcionni faktor opterećenja (%xECTS/100)

$$\text{Konačna ocjena} = \frac{(Ocj. \cdot xKfo)_1 + (Ocj. \cdot xKfo)_2 + (Ocj. \cdot xKfo)_3 + (ocj. \cdot xKfo)_4}{ECTS}$$

Minimalan broj bodova za prolaz predmeta postavljen je apsolutno i iznosi 60 bodova. Konačna ocjena predmeta se utvrđuje na temelju ukupno postignutih bodova:

Bodovi	Ocjena
55-59	Usmeni ispit
60-69	Dovoljan (2)
70-79	Dobar (3)
80-89	Vrlo dobar (4)
90-100	Odličan (5)

3. Ispitni rokovi i konzultacije

Ispitni rokovi održavaju se jednom mjesečno tijekom akademske godine, a po dva puta u veljači, lipnju/srpnju i rujnu. Rokovi su objavljeni na Internet stranici VGUK (www.vguk.hr)
Konzultacije za studente održavaju se jednom tjedno prema rasporedu koji je javno objavljen na web stranici nastavnika.

4. Ishodi učenja i način provjere

	ISHODI UČENJA Nakon položenog ispita student će moći:	NAČIN PROVJERE
1.	Objasniti pojam, zadaće, značenje, funkcije i subjekte tržišta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i trgovinskih institucija za kupovinu i prodaju hrane	Pisani ispit ili 1. kolokvij
2.	Identificirati specifičnosti tržišta hrane u RH	Pisani ispit ili 1. kolokvij Vježba 1
3.	Objasniti čimbenike ponude i potražnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda	Pisani ispit ili 1. kolokvij Vježba 2
4.	Objasniti pojam, zadaće, značenje i funkcije trgovine i temeljnih trgovinskih poslovnih procesa.	Pisani ispit ili 1. kolokvij
5.	Dati primjer asortimana proizvoda na konkretnom primjeru	Vježba 3
6.	Razlikovati pojedine kanale distribucije te prednosti i nedostatke pojedinih kanala.	Pisani ispit ili 1. kolokvij Vježba 4
7.	Kategorizirati temeljne zakonske propise kojima se regulira poslovanje u trgovini hrane	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježba 5
8.	Objasniti važnost i ulogu informacija o hrani i označavanja hrane u zaštiti interesa i sigurnosti potrošača.	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježbe 5, 6
9.	Objasniti segmentaciju tržišta hrane	Pisani ispit ili 2. kolokvij

10.	Na konkretnom primjeru dizajnirati marketing mix	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježba 7
11.	Procijeniti ulogu i važnost poljoprivredne proizvodnje i trgovine poljoprivredno-prehrambenim proizvodima u vanjskotrgovinskoj razmjeni RH.	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježba 8
12.	Prezentirati vlastite rezultate istraživanja prema zadanoj temi široj publici	Seminar ili case study

5. Konstruktivno povezivanje

Ishodi učenja	Sadržaji (Nastavne jedinice) /način poučavanja	Vrednovanje	Potrebno vrijeme (h)
Ishod 1	N.J. 1; N.J. 2 Predavanje; rasprava; rad na tekstu; e-učenje	Pisani ispit ili 1 kolokvij	4
Ishod 2	N.J. 1; N.J. 2 Predavanje; rasprava; rad na tekstu; e-učenje	Pisani ispit ili 1. kolokvij Vježba 1	4+2V
Ishod 3	N.J. 3 Predavanje; rasprava; rad na tekstu	Pisani ispit ili 1. kolokvij Vježba 2	4+4V
Ishod 4	N.J.4; N.J. 5; N.J. 6 Predavanje; rasprava; rad na tekstu; e-učenje; primjeri iz prakse	Pisani ispit ili 1. kolokvij	10
Ishod 5	N.J. 7 Demonstracija; traženje i analiziranje primjera; prikaz slučaja	Pisani ispit ili 1. kolokvij Vježba 3	4+4V
Ishod 6	N.J. 8 Predavanje; rasprava; uspoređivanje pojmova; rad na tekstu; e-učenje; primjeri iz prakse	Pisani ispit ili 1. kolokvij Vježba 4	4+2V
Ishod 7	N.J. 9; N.J. 10; N.J. 11 Predavanje; rasprava; rad na tekstu; e-učenje; primjeri iz prakse	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježba 5	6+4V
Ishod 8	N.J. 10; N.J. 11 Predavanje; rasprava; rad na tekstu; e-učenje; primjeri iz prakse	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježba 6	6+2V
Ishod 9	N.J. 12; N.J. 13 Predavanje; rasprava; rad na tekstu; e-učenje; primjeri iz prakse	Pisani ispit ili 2. kolokvij	6
Ishod 10	N.J. 12; N.J. 13 Predavanje; rasprava; rad na tekstu; e-učenje; primjeri iz prakse	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježba 7	6+4V
Ishod 11	N.J. 15 Predavanje; rasprava; e-učenje; primjeri iz prakse; uspoređivanje i analiziranje statističkih podataka	Pisani ispit ili 2. kolokvij Vježba 8	6+2V
Ishod 12	N.J. 14; N.J. 16 Instrukcija; traženje i analiziranje primjera; prikaz slučaja iz prakse; prezentiranje; vršnjačko vrednovanje	Samostalno izrađen i prezentiran case study; pdiskusija	8+24S

6. Popis literature

Obavezna:

1. Gajdić, D. (2018): Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda: kratki lanci opskrbe hranom Skripta za internu upotrebu, VGUK
2. Kovačić, D.: Izravna prodaja seljačkih proizvoda, Agrarno savjetovanje, Zagreb, 2005.
3. Leko-Šimić, M. (2002): Marketing hrane (knjiga). Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.
4. Tolušić, Z.: Tržište i distribucije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, 2012.
5. Materijali s predavanja predmetnih nastavnika

Dopunska:

1. Baban, Lj. (1991): Tržište, II. izdanje, školska knjiga, Zagreb
2. Kolega, A., Božić, M. (2001): Hrvatsko poljodjelsko tržište, Tržništvo Zagreb, Zagreb
6. Krešić, G. (2012): Trendovi u prehrani, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
7. Matić, B.: Vanjskotrgovinsko poslovanje, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2004.
8. ... Hrvatska gospodarska komora – HGKINFO, publikacije bilteni
9. ... Publikacije, strategije i poljoprivredno zakonodavstvo sa Internet stranica Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja (www.mps.hr) i Ministarstva vanjskih poslova i europskih integracija
10. TISUP –Tržišni informacijski sustav u poljoprivredi, dostupno na: <http://www.tisup.mps.hr/>
11. Državni zavod za statistiku (DZS), distupno na: <https://www.dzs.hr/>
12. CME Group Education, dostupno na: <http://www.cmegroup.com/trading/agricultural/>
13. Food and Agriculture Organization of the United Nations- statistics division, dostupno na: http://faostat3.fao.org/browse/P/*/E

7 . Mogućnost izvođenja nastave na stranom jeziku

NE

Nositeljica predmeta:

Dušanka Gajdić, univ. spec. oec., v. pred.

U Križevcima, rujan 2022.