

OSNOVNI PODACI				
<b>Naziv kolegija</b>	<b>Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda</b>			
<b>Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave</b>	<b>ECTS koeficijent opterećenja studenata</b>		4	
	<b>Broj sati nastave (P+V+S)</b>		30+0+15	
	<b>Vrijeme i mjesto izvođenja nastave</b>		Šesti semestar, prema rasporedu	
	<b>Jezik na kojemu se izvodi kolegij</b>		Hrvatski	
<b>Nositelj kolegija</b>	<b>Kabinet</b>	<b>Vrijeme konzultacija</b>	<b>Tel.</b>	<b>e-mail</b>
doc. dr. sc. Mario Banožić	-	Prema dogovoru	-	<a href="mailto:mario.banozic@gmail.com">mario.banozic@gmail.com</a>
<b>Izvođači</b>	<b>Kabinet</b>	<b>Vrijeme konzultacija</b>	<b>Tel.</b>	<b>e-mail</b>
doc. dr. sc. Mario Banožić	-	Prema dogovoru	-	<a href="mailto:mario.banozic@gmail.com">mario.banozic@gmail.com</a>
OPIS KOLEGIJA				
<b>Sadržaj kolegija</b>				
<p>1. Mjesto tržišta u sustavu znanosti i temeljne karakteristike teorije tržišta kao znanstvene discipline.</p> <p>2. Tržište. Pojam, morfologija, tipologija, struktura. Tržišni čimbenici: potrebe, ponuda, potražnja, cijene i dr. Domaće i svjetsko tržište poljoprivredno prehrambenih proizvoda. Kapacitet tržišta. Posebna tržišta. Analiza tržišta poljoprivredno prehrambenih proizvoda. Priprema i pristup tržišta RH u tržište EU.</p> <p>3. Distribucijski sustav poljoprivredno – prehrambenih proizvoda. Distribucija: fizička distribucija, kanali distribucije. Držanje zaliha. Skladište gotovih proizvoda (pojam, funkcije i vrste skladišta), raspored roba u skladištu, evidencija i priprema za otpremu. Pakiranje. Transportni sustav: pojam i podjela transporta, funkcije, transportni problem, unutarnji transport, popratna dokumentacija prilikom transporta, tržište transportnih usluga.</p> <p>Seminarska nastava se odnosi na izlaganje primjera iz prakse od strane studenata. Na temelju teorijskih i praktičkih spoznaja student je dužan izraditi pisani seminarski rad na zadanu temu, kao uvjet za pristupanje ispitu.</p>				
<b>Opća i specifična znanja koja se stječu na kolegiju (Ciljevi kolegija)</b>				
Upoznati studente s teorijskim spoznajama i praktičkim problemima funkcioniranja tržišta i distribucije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u razvijenim tržišnim gospodarstvima, posebno u Europskoj Uniji, te u Republici Hrvatskoj.				
<b>Očekivani ishodi kolegija</b>				
Na kraju kolegija studenti će moći:				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. opisati bitna obilježja tržišta prehrambeno-poljoprivrednih proizvoda,</li> <li>2. identificirati i analizirati čimbenike tržišta prehrambeno-poljoprivrednih proizvoda,</li> <li>3. razlikovati distribucijski sustav prehrambeno-poljoprivrednih proizvoda,</li> <li>4. predložiti optimalnu količinu zaliha na skladištima,</li> <li>5. predložiti način distribucije prehrambeno-poljoprivrednih proizvoda.</li> </ol>				
<b>Oblici nastave</b>	<b>x</b>	<b>predavanja</b>		<b>terenska nastava</b>
		<b>vježbe</b>		<b>samostalni zadaci</b>
	<b>x</b>	<b>seminari i radionice</b>		<b>konzultacije</b>
		<b>obrazovanje na daljinu</b>		<b>praktični rad</b>
		<b>multimedija i mreža</b>		<b>mentorski rad</b>
		<b>laboratorij</b>		

NAČIN VREDNOVANJA I OCJENJIVANJA						
Oblici praćenja i provjeravanja		usmeno		pismeno	x	usmeno i pismeno
Elementi praćenja i provjeravanja	opterećenje u ECTS			udio (%) u ocjeni		
Pohađanje nastave	1			10%		
Kolokvij 1 i 2	2			45%		
Završni ispit (pismeni i/ili usmeni)	1			45%		
<b>Ukupno</b>	<b>4</b>			<b>100%</b>		
Način oblikovanja konačne ocjene						
<p>Nazočnost predavanjima minimalno 70% tijekom semestra uvjet su za izlazak na dva kolokvija: prvi krajem studenog te drugi krajem siječnja. Položeni kolokviji su temelj oblikovanja prosječne, a zatim i konačne ocjene. Ispit je pismeni.</p> <p>Ispit se vrednuje na sljedeći način:</p> <p>50 – 69,9% bodova ocjena dovoljan (2)</p> <p>70 – 79,9% bodova ocjena dobar (3)</p> <p>80 – 89,9% bodova ocjena vrlo dobar (4)</p> <p>90 – 100% bodova ocjena izvrstan (5)</p>						
Ostale informacije relevantne za praćenje rada studenata, vrednovanje i ocjenjivanje						
Dolaznost na nastavu 70%						
LITERATURA						
Obvezna literatura						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baban, Lj.: Tržište, II. izdanje, Školska knjiga, Zagreb 1991.</li> <li>2. Kohls L.R. Uhl N.J.: Marketing of Agricultural Products, Prentice Hall, NeW Jersey, 2002.</li> </ol>						
Dopunska literatura						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kolega, A., Božić, M.: Hrvatsko poljodjelsko tržište, Tržništvo Zagreb, Zagreb, 2001.</li> <li>2. Johnson, D.G.: The World Food situation, u: Johnson, D.G., G.E. Schuh (ur.): The Role of Markets in the World Food Economy, Westview Press, Boulder, Col., 1983.</li> <li>3. Marušić, M., Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb 1997.</li> <li>4. Segetlija, Z.: Distribucija, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek 2006.</li> <li>5. Vojnović, D.: Europske zemlje u tranziciji – dostignuća, problemi i očekivanja, Hrvatska gospodarska revija, Vol. 46, br. 6, lipanj 1997., str. 665-678.</li> </ol>						