

OPĆE INFORMACIJE		
Nositelj kolegija	doc. dr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, prof. struč. stud.	
Naziv kolegija	Upravljanje kategorijama proizvoda	
Studijski program	Stručni diplomski studij Menadžment u trgovini	
Status kolegija	Obvezni	
Godina	2.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	5
	Broj sati (P+V+S)	30+0+15
OPIS KOLEGIJA		
<i>1.1. Ciljevi kolegija</i>		
Cilj predmeta je upoznati studente sa značajem kategorije proizvoda u prodajnom poslovanju poduzeća; studentima će se pojasniti temeljni pojmovi iz područja upravljanja kategorijama proizvoda i modeli odlučivanja u upravljanju kategorijama proizvoda.		
<i>1.2. Uvjeti za upis kolegija</i>		
Nema uvjeta za upis kolegija.		
<i>1.3. Očekivani ishodi učenja za kolegij</i>		
Nakon uspješno završenog kolegija studenti će moći: 1. Identificirati kategorije proizvoda 2. Analizirati upravljanje prostorom u trgovini 3. Dizajnirati kategorije proizvoda 4. Strukturirati procese upravljanja kategorijama proizvoda 5. Analitički određivati asortiman proizvoda		
<i>1.4. Sadržaj kolegija</i>		
1. Uvodno predavanje 2. Terminologija upravljanja kategorijama proizvoda 3. CRM i upravljanje kategorijama proizvoda 4. Proces upravljanja kategorijama proizvoda 5. Upravljanje prodajnim prostorom 6. Ostali elementi upravljanja kategorijama proizvoda 7. Softverske aplikacije za upravljanje kategorijama proizvoda		

8. Dizajn novog sustava upravljanja kategorijama proizvoda
9. Izazovi managementa promjena u implantaciji upravljanja kategorijama proizvoda
10. Potpora upravljanju kategorijama proizvoda
11. Promocijske aktivnosti u upravljanju kategorijama proizvoda
12. Budućnost upravljanja kategorijama proizvoda u trgovinskom poslovanju

1.5. Vrste izvođenja nastave (staviti X)	☒ predavanja ☒ seminari i radionice ☐ vježbe ☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☒ mentorski rad ☒ ostalo _e-učenje sustav Merlin
--	---	--

1.6. Obveze studenata

Studenti su obvezni nazočiti 70 % održanih sati nastave uz obveznu izradu i prezentaciju seminara. Ispit se može polagati kroz kolokvije tijekom semestra (za najmanje dovoljan za oba kolokvija) ili nakon semestra na redovnom ispitnom roku kroz pismeni i usmeni ispit.

1.7. Praćenje rada studenata (dodati X uz odgovarajući oblik praćenja)
--

Pohađanje nastave	X	Aktivnost u nastavi	-	Seminarski rad	X	Eksperimentalni rad	-
Pismeni ispit	X	Usmeni ispit	X	Esej	-	Istraživanje	-
Projekt	-	Kontinuirana provjera znanja	-	Referat	-	Praktični rad	-
Portfolio	-						

1.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Elementi praćenja i vrednovanja	Opterećenje u ECTS	Udio (%) u konačnoj ocjeni
Pohađanje nastave	1,5	00 %
Kolokvij 1	1,5	40 %
Kolokvij 2	1,5	40 %
Završni ispit	3	80 %
Seminarski rad	0,5	20 %

Kriteriji i način polaganja ispita:

Nazočnost predavanjima je min. 70 %. Tijekom semestra studenti polažu dva kolokvija., svaki kolokvij nosi 30 % te je za prolaz na kolokvij potrebno ostvariti minimalno 50 %. Izrada vježbi uz prezentaciju je obavezna za savladavanje predmeta. Položeni kolokviji te izrada i prezentacija seminarskog rada vježbi su temelj oblikovanja prosječne, a zatim i konačne ocjene. Studenti koji pozitivno rješe seminarske obveze i oba kolokvija (pozitivno ocijenjena) oslobođeni su polaganja završnog ispita. U slučaju da student nije položio kolokvije tijekom semestra pristupa završnom ispitu nakon završetka semestra (u propisanim ispitnim rokovima) ako je izvršio obvezu pohađanja nastave i seminarskoga rada. Završni ispit je pismeni (potrebno je ostvariti minimalno 50%) i usmeni.

Ispit i kolokviji vrednuju se na slijedeći način:

od 90 do 100 bodova - ocjena 5 (izvrstan)

od 80 do 89,9 bodova - ocjena 4 (vrlo dobar)

od 65 do 79,9 bodova - ocjena 3 (dobar)

od 50 do 64,9 bodova - ocjena 2 (dovoljan)

1.9. Obavezna literatura i broj primjeraka u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na kolegiju

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Muller, J., Singh, J. (2006) Category Management - efikasan odgovor na potrebe kupaca u maloprodaji, Internacionalni centar za profesionalnu edukaciju, Zagreb		
Segetlija, Z., Dujak, D. (2013) Upravljanje kategorijama proizvoda, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek		

1.10. Dopunska literatura

Hillesland, J. et al. (2013) Fundamentals of Retailing&Shopper Marketing, Pearson

Mrvica, Mađarac, S., Brajević, S. (2016). Primjena načela space management u prodajnoj praksi. U: Plazibat, B., Kosanović, S., CIET 2016. Split: Sveučilište Split, Sveučilišni odjel za stručne studije., ISBN 978-953-7220-25-9, str. 293-301.

1.11. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Izvedba predmeta se prati putem anonimne studentske ankete (vrednovanje kvalitete održane nastave).

Praćenje analize prolaznosti po ispitnim rokovima.

Mentorski rad sa studentima.