

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

TRŽIŠTE POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

3. Ciklus studija:

4. Bodovna vrijednost ECTS:

5. Status nastavnog predmeta:

 Obavezni Izborni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

Nema

7. Ograničenja pristupa:

Nema

8. Trajanje / semestar:

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

1

10. Fakultet:

Poljoprivredni fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Agronomija

12. Odgovorni nastavnik:

13. E-mail nastavnika:

14. Web stranica:

www.tf.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Studenti će biti upoznati s potrošačkim trendovima, kao i s najnovijim načinima označavanja proizvoda. Nadalje, bit će objašnjene svjetske i domaće tržišne institucije kao i prodajni kanali u području agrobiznisa te će se opisati vanjskotrgovinska razmjena u područja agrobiznisa.

16. Ishodi učenja:

Objasniti pojam tržišta i način njegovog funkcioniranja, opisati trendove na međunarodnom tržištu, razlikovati osnovne tržišne oznake podrijetla i kvalitete, opisati prodajne kanale, njihove prednosti i nedostatke, objasniti ulogu i značaj tržnih institucija, prikupiti osnovne tržišne podatke i izraditi proizvodno-potrošnu bilancu, izraditi jednostavnu analizu tržišta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Pojam i definicija tržišta, vrste i funkcije tržišta, specifičnosti tržišta u agrobiznisu
Analiza ponude i potražnje
Regulativno-interventne mjere na području tržišta poljoprivrednih proizvoda
Elastičnost
Regionalni marketing, Tržišne oznake podrijetla i kvalitete
Trendovi u prehrani i ponašanju pri potrošnji; Informiranje i zaštita potrošača
Vrste prodajnih kanala; prednosti i nedostaci; odabir prodajnog kanala, Zadruga
Domaće i inozemne tržišne institucije i organizacije, Zakonodavni okvir, Tržni redovi
Statistički izvori podataka, TISUP
Proizvodno – potrošne bilance
Pregled međunarodnog tržišta u području agrobiznisa
Vanjskotrgovinska razmjena poljoprivredno-prehrambenim proizvodima i trendovi
Analiza odabranih tržišta proizvoda
Analiza odabranih tržišta proizvoda

18. Metode učenja:

Održavanje predavanja i auditornih vježbi
Pomoć pri izradi seminarskih radova

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Nakon polovine semestra (u 8. sedmici) studenti pismeno polažu test koji obuhvata do tada obrađenu tematiku sa predavanja. Student na prvom međuispitu može ostvariti maksimalno 20 bodova. U 13. sedmici semestra studenti pismeno polažu test (drugi međuispit) koji obuhvata obrađenu tematiku sa predavanja iz drugog dijela semestra. Student na drugom međuispitu može ostvariti maksimalno 20 bodova. Oba testa polažu svi studenti na predmetu istovremeno čime je postignuta ujednačenost nivoa znanja koje se testira, kao i uslovi pod kojima student polaže ispit. Za kontinuiranu aktivnost na predavanjima i vježbama u toku cijelog semestra student može ostvariti od 0 do 10 bodova.

Završni ispit je pismeni ili usmeni. Pravo izlaska na završni ispit imaju svi studenti. Maksimalan broj bodova koji student može ostvariti na završnom ispitu je 50. Minimalan broj bodova na završnom ispitu je 25.

Provjere na svim oblicima znanja priznaju se kao kumulativni ispit ukoliko je postignuti rezultat pozitivan nakon svake pojedinačne provjere i iznosi najmanje 50% ukupno predviđenog i/ili traženog znanja i vještina.

Da bi student položio predmet mora ostvariti minimalno 54 kumulativna boda od čega minimalno 25 bodova na završnom ispitu.

20. Težinski faktor provjere:

Ocjena na ispitu je zasnovana na ukupnom broju bodova koje je student stekao ispunjavanjem predispitnih obaveza i polaganjem ispita i sadrži maksimalno 100 bodova, te se utvrđuje prema slijedećoj skali:

| Obaveze studenta | Bodovi |
|--------------------|--------|
| Aktivnost studenta | 10 |
| Test I | 20 |
| Test II | 20 |
| Završni ispit | 50 |

21. Osnovna literatura:

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

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

Samuelson, Nordhaus (2007.): Ekonomija, MATE, Zagreb

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2020/2021

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV: