

NAZIV PREDMETA		UNUTARNJETRGOVINSKO POSLOVANJE II				
Kod	STT030	Godina studija	3. /V. sem.			
Nositelj/i predmeta	dr.sc. Ivana Plazibat, prof. v.š.t.z.	Bodovna vrijednost (ECTS)	6 ECTS			
Suradnici	nema	Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			30	30		
Status predmeta	Obvezni	Postotak primjene e-učenja	20%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> • Stjecanje znanja elementima prodaje robe. • Upoznati se maloprodajnom i veleprodajnom politikom. • Određivanje koncepcije eng. <i>Space i Category managementa</i>. • Određivanje koncepcije privatne robne marke u odnosu na marku proizvođača. • Upoznavanje sa osnovama e-trgovine. 					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema.					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretirati temeljne pojmove iz područja procesa prodaje robe. 2. Odrediti elementarne odrednice maloprodajne i veleprodajne politike prodaje robe. 3. Objasniti koncepcije eng. <i>Category i Space managementa</i>. 4. Razlikovati temeljne pojmove privatne robne marke u odnosu na marku proizvođača. 5. Navesti osnove e-trgovine. 					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjedan	sati	Oblik nastave	Tema		
	1.	2	Predavanja	Uvodno predavanje		
		2	Seminarska nastava	Uvodna seminarska nastava- upoznavanje sa elementir seminarskog rada i timskog rada te podjela tema seminara		
	2.	2	Predavanja	Općenito o prodajnoj funkciji sa aspekta trgovca-poduze		
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.		
	3.	2	Predavanja	Strategija prodaje robe-izbor formata i kanala.		
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.		
	4.	2	Predavanja	Prodajna politika 1		
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.		

	5.	2	Predavanja	Prodajna politika 2	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	6.	2	Predavanja	Elementi prodajnog procesa	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	7.	2	Predavanja	Gost predavač	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	8.	2	Predavanja	Kolokvij 1 (moguća izmjena termina, pratiti Moodle stranicu kolegija)	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	9.	2	Predavanja	Eng. Space management	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	10.	2	Predavanja	Koncepcija eng. Category managementa	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	11.	2	Predavanja	Elementi eng. Category managementa	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	12.	2	Predavanja	Strategija privatne robne marke, izbor asortimana.	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	13.	2	Predavanja	Osnove Elektronske trgovine.	
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.	
	14.	2	Predavanja	Zaključna razmatranja	
		2	Seminarska	Seminarska nastava-analiza slučaja.	

			nastava				
	15.	2	Predavanja	Kolokvij 2 (moguća izmjena termina, pratiti Moodle stranicu kolegija)			
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava-analiza slučaja.			
Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> (ostalo upisati)			
Obveze studenata	Nazočnost na predavanjima i vježbama u iznosu od najmanje 70% predviđene satnice (za izvanredne studente obveza je 50% prisutnosti). Polaganje kolokvija, ili polaganje ispita.						
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	2	Istraživanje		Praktični rad		
	Eksperimentalni rad		Referat				
	Esej		Seminarski rad	1	Samostalno učenje	1	
	Kolokviji	1,5	Usmeni ispit		Analitičko povezivanje teorije na konkretnom poslovnom slučaju		
	Pismeni ispit		Projekt		Konzultacije i završni ispit	0,5	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu							

KONTINUIRANA PROCJENA		
Pokazatelji kontinuirane provjere	Uspješnost A _i (%)	Udjel u ocjeni k _i (%)
Seminarski rad (pisano)	50 - 100	20
Seminarski rad (usmeno)	50 - 100	5
Prvi kolokvij	50 - 100	35
Drugi kolokvij	50 - 100	40

Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit koji se sastoji iz teorijsko dijela i kalkulacije cijena.

ZAVRŠNA PROCJENA		
Pokazatelji provjere - završni ispit (prvi i drugi ispitni termin)	Uspješnost A _i (%)	Udjel u ocjeni k _i (%)
Završni ispit (pisani)	50 - 100	75
Prethodne aktivnosti	70 (50) - 100	25
Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)	Uspješnost A _i (%)	Udjel u ocjeni k _i (%)
Završni ispit (pisani)	50 - 100	75
Prethodne aktivnosti	70 (50) - 100	25

Općenito se ocjena na završnom i popravnom ispitu (u postocima) formira temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:

$$Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$$

k_i - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost,
 A_i - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost,
 N - ukupan broj aktivnosti.

ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE			
Postotak	Kriterij	Ocjena	
od 50% do 62%	zadovoljava minimalne kriterije	dovoljan (2)	
od 63% do 74%	prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima	dobar (3)	
od 75% do 87%	iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom	vrlo dobar (4)	
od 88% do 100%	izniman uspjeh	izvrstan (5)	

	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
	Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Plazibat, I.: pptx prezentacije Unutarnjetrgovinsko poslovanje 2, objavljenje na MOODLE stranici kolegija (za internu upotrebu).	
Renko, S.: Veleprodajno i maloprodajno poslovanje, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, 2019.			
Segetlija, Z., et. al.: Ekonomika trgovine, Novi Informator, 2011.			

Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> Hillesland, J., et al: Fundamentals of retailing & shopper marketing, Pearson, Edinburgh Gate, 2013 Goworek, H., McGoldrick, P.: Retail marketing management, Pearson, Edinburgh Gate, 2015 Segetlija, Z., Lamza Maronić, M.: Strategija maloprodaje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999. Bratko, S., Henich, V., Obraz, R.: Prodaja, Narodne novine, Zagreb, 1996. Kumar, N., Steenkamp, J-B.: Private Label Strategy, HBS, 2007 ACNielsen: Consumer Centric Category Management, Wiley, 2006 Segetlija, Z., Lamza Maronić, M.: Distribucija, Logistika, Informatika, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2000. https://www.eurocommerce.eu/
---------------------	---

	<p>9. Stručni časopis Progressive, dostupno na https://progressive.com.hr/</p> <p>10. Stručni časopis za trgovinu: Suvremena trgovina, dostupno na http://suvremena.hr/</p> <p>11. Stručni časopis: Ja trgovac, dostupno na https://www.jatrgovac.com/</p> <p>12. HGK, Sektor za trgovinu</p> <p>13. EIZ-sektorske analize</p>
<p>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik). • Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik). • Nadzor izvođenja nastave (zamjenik pročelnika Odjela za nastavu, pročelnici odsjeka). • Kontinuirana provjera kvalitete svih parametara nastavnog procesa u skladu s Akcijskim planovima (pomoćnik pročelnika Odjela za kvalitetu). • Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete).
<p>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</p>	<p>DIP-ovi predmeta nalaze se unutar sustava za podršku nastavi (MOODLE) i dostupni su studentima i nastavnicima Odjela. Skraćeni izvedbeni programi - IP (hrvatska i engleska inačica) su u cilju javnosti informiranja izravno dostupni na web stranicama Odjela.</p>