

# Tržište u agrobiznisu (185431)

## Nositelj predmeta

[prof. dr. sc. Marija Cerjak](#)

## Opis predmeta

Poznavanje tržišta je osnovni preduvjet za uspješno poslovanje. U ovom modulu će se iznijeti osnovni pojmovi o tržištu te specifičnosti tržišta u agrobiznisu. 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.

Programski dijelovi modula su:

Uvod u teoriju tržišta

Tržišni trendovi u agrobiznisu

Prodajni kanali

Tržišne institucije

Izvori tržišnih informacija

Međunarodna tržišta i međunarodna razmjena u području agrobiznisa

Hrvatska tržišta u području agrobiznisa

Seminarski rad u sklopu koje studenti u grupama rade analizu tržišta odabranog poljoprivredno-prehrambenog proizvoda.

Polaganje ispita se provodi preko seminarskog rada i usmenog ispita.

ECTS: **6.00**

Engleski jezik: **R2**

E-učenje: **R2**

**Sati nastave: 60**

Predavanja: 30

Auditorne vježbe: 10

Seminar: 20

### Izvođač predavanja

- [prof. dr. sc. Marija Cerjak](#)
- [izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)

### Izvođač vježbi

- [izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)

### Izvođač seminara

- [izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)

### Ocjenjivanje

Dovoljan (2): 60-70%

Dobar (3): 71-80 %

Vrlo dobar (4): 81-90%

Izvrstan (5): 91-100%

## Vrsta predmeta

- Preddiplomski studij / [Agrarna ekonomika](#) (Obvezni predmet, 3. semestar, 2. godina)
- Preddiplomski studij / [Biljne znanosti](#) (Izborni predmet, 5. semestar, 3. godina)

## Opće kompetencije

Predmet osposobljava studente za razumijevanje osnovnih zakonitosti funkcioniranja tržišta te analizu pojedinih tržišta iz područja agrobiznisa.

## Oblici nastave

- Predavanja
- Auditorne vježbe
- Seminari

Skupine (3-5 studenata) izrađuju pregled svjetskog i hrvatskog tržišta odabranog proizvoda.

## Ishodi učenja i način provjere

Ishod učenja	Način provjere
objasniti pojam tržišta i način njegovog funkcioniranja	1. kolokvij, pismeni ispit, usmeni ispit
opisati specifičnosti tržišta iz područja agrobiznisa	1. kolokvij, pismeni ispit, usmeni ispit
opisati trendove na međunarodnom tržištu iz područja agrobiznisa	1. kolokvij, pismeni ispit, usmeni ispit
razlikovati osnovne tržišne oznake podrijetla i kvalitete	2.kolokvij, pismeni ispit, usmeni ispit
opisati prodajne kanale, njihove prednosti i nedostatke, objasniti ulogu i značaj tržnih institucija	2.kolokvij, pismeni ispit, usmeni ispit
prikupiti osnovne tržišne podatke i izraditi proizvodno-potrošnu bilancu	2.kolokvij, pismeni ispit, seminarski rad, usmeni ispit
izraditi jednostavnu analizu tržišta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda	seminarski rad

## Način rada

### Obveze nastavnika

Održavanje predavanja i auditornih vježbi  
 Pomoć pri izradi seminarskih radova  
 Ocjenjivanje studentskih seminara i ispita

### Obveze studenta

Sudjelovanje na nastavi  
 Izrada seminarskog rada

## Polaganje ispita

Elementi praćenja	Maksimalno bodova ili udio u ocjeni	Bodovna skala ocjena	Ocjena	Broj sati izravne nastave	Ukupni broj sati rada prosječnog studenta	ECTS bodovi
Usvojenost programskog sadržaja-1 kolokvij	20%	do 5 6 - 7 7 - 8 9 - 10 11	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)	18	60	2
Usvojenost programskog sadržaja-2 kolokvij	20%	do 5 6 - 7 7 - 8 9 - 10 11	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)	18	60	2
Usvojenost programskog sadržaja-završni pismeni ispit	ili 40%	do 12 13 - 16 17 - 20 21 - 23 24 - 26	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)			
Seminarski rad	40%	<60% 60-70% 71-80% 81-90% 91-100%	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)	24	60	2
Završni usmeni ispit	20%	<60% 60-70% 71-80% 81-90% 91-100%	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)			
UKUPNO	100%			60	180	6

## Tjedni plan nastave

- 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
- Pregled hrvatskog tržišta iz područja agrobiznisa
- Analiza odabranih tržišta proizvoda iz područja agrobiznisa
- Analiza odabranih tržišta proizvoda iz područja agrobiznisa

## Obvezna 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



## **Preporučena literatura**

1. Gattermayer i sur. (1994.): Agrarvermarktung in Österreich, Service Fachverlag
2. Tracy, M. (1996.): Hrana i poljoprivreda u tržišnom gospodarstvu, Uvod u teoriju, praksu i politiku (prijevod izvornika "Food and Agriculture in a Market Economy - An Introduction to Theory, Practice and Policy)
3. Grahovac, P. (1992.): Dugoročne tendencije u međunarodnoj razmjeni poljodjelskih proizvoda, Ekonomika poljoprivrede u suvremenoj Hrvatskoj I, (Zbornik radova), Ekonomski fakultet Zagreb
4. Jurin, S., Šohinger, J. (1990.) Teorija tržišta i cijena, Globus, Zagreb
5. Saccomandi, V. (1998.): Agricultural Market Economics, Van Gorcum, Assen, The Netherlands

## **Sličan predmet na srodnim sveučilištima**

- Economia agroalimentare, Università degli Studi di Parma, Facoltà di Economi
- Agrarmärkte, BOKU, Wien, Austria