

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

EKONOMSKI FAKULTET U OSIJEKU

Gajev trg 7

31000 O s i j e k

STUDIJSKI PROGRAM

STRUČNOGA STUDIJA»TRGOVINA»

Osijek, veljača, 2007.

## 1. Uvod

Polazeći od važnosti stručno obrazovanih kadrova za gospodarski razvoj Republike Hrvatske uvjereni smo u korisnost pokretanja trogodišnjega stručnog studija na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Stoga smo izradili ovaj studijski program za kojega tražimo dopusnicu izvođenja. Ovim trogodišnjim studijskim programom se bi se zamijenio dosadašnji dvogodišnji stručni studij smjera «Trgovina». Njime bi Ekonomski fakultet iz Osijeka bolje odgovorio suvremenim potrebama .

### 1.1. Procjena svrhovitosti studija

Poslovanje trgovinskih poduzeća postaje sve kompleksnije zbog brojnih čimbenika vezanih uz procese razvoja novih proizvoda i usluga, koncentracije, internacionalizacije i globalizacije poslovanja, sve oštrije konkurencije, te različitih drugih ekonomskih i neekonomskih čimbenika. Takav njezin razvoj stavlja pred poslovne subjekte nove izazove.

Na predloženom stručnom studiju obrazovali bi se ekonomisti za trgovinu na malo, za trgovinu na veliko i za vanjsku trgovinu, kao i za druge djelatnosti u kojima postoji robno poslovanje. U ovim djelatnostima postoje kadrovske potrebe za ekonomistima različitih rangova i profila. Trgovina je i u Republici Hrvatskoj jedan od najvažnijih poslodavaca. Naime, u trgovini postoji više od 40.000 poslovnih subjekata (trgovačkih društava i obrtnika) s više od 200.000 zaposlenih.

Ulaskom u Europsku uslužni sektor u Republici Hrvatskoj sve više dobiva na značenju, a potreba za stručnim specijalističkim obrazovanjem ekonomista smjera „Trgovina“ može se opravdati tim više, što su se ugasila mnoga proizvodna poduzeća, tako da bi trgovinska i logistička poduzeća mogla predstavljati pokretače razvoja. Međutim, ti će gospodarski subjektu biti izloženi još žestokoj konkurenciji europski i svjetski poznatih firmi.

Do potrebe za novim ekonomistima u trgovini u Republici Hrvatskoj dovodi njezin sve brži razvoj kako u kvantitativnom tako i u kvalitativnom smislu, budući da se stvaraju krupna poduzeća i kooperativne tvorevine, a stalno se iznovice pružaju mogućnosti ulaska u nove poslove.

Predloženim studijem omogućio bi se smjerovski nastavak obrazovanja, pored ostalih, i završenim učenicima stručnih trgovačkih škola i učenicima trgovačkih usmjerenja na općim srednjim školama.

### 1.2. Ciljevi obrazovanja

Misao vodilja stručnog studija na smjeru „Trgovina“ je obrazovanje ekonomista za trgovinu koji mogu obavljati različite stručne poslove u trgovinskim poslovnim subjektima u uvjetima otvorenosti hrvatskoga gospodarstva, kako za nabavu potrebnoga robnog asortimana, tako i za prodaju iz poslovnih jedinica na domaćem ali i na inozemnom tržištu..

Osim toga, ovaj studij omogućuje i osposobljavanje ekonomista za različite analitičke i voditeljske poslove u trgovinskim gospodarskim subjektima.

Stoga se kao ciljevi ovoga smjera mogu postaviti:

- (a) razumijevanje temeljne tržišne – orijentirane koncepcije upravljanja poduzećem;
- (b) ovladavanje izvršavanjem i vođenjem svih procesa robnoga poslovanja na domaćem i na inozemnom tržištu
- (c) stjecanje temeljnih znanja i za druge analitičke i upravljačke poslove u trgovinskim i logističkim gospodarskim subjektima.

### 1.3. Struktura nastavnoga programa

Ovaj stručni studij sastoji se od šest semestara. U prva dva semestra stječu se temeljna ekonomska i infrastrukturna i produbljena temeljna ekonomska znanja (s kombinacijom poznavanja robe), a u trećem i četvrtom semestru stječu se pored temeljnih ekonomskih znanja, produbljenih temeljnih ekonomskih znanja i

najvažnija specijalistička stručna znanja. Specijalistička stručna znanja pružaju nastavni sadržaji petoga i šestog semestra.

Multidisciplinarni pristup osigurava se kako unutar samoga programa i pojedinih kolegija, tako i u izbornim kolegijima koji se nude u četvrtom, petom i šestom semestru. U strukturi nastavnog programa može se uočiti i regionalna obojenost, tako da se izučavaju i predmeti kao što su Poznavanje prehrambene robe, zatim Razvoj agrokompleksa (kao dio predmeta Ekonomika narodnog gospodarstva), te Tržište i distribucija poljoprivredno – prehrambenih proizvoda.

#### 1.4. Povezanost studija sa suvremenim znanstvenim spoznajama

Stručni studij „Trgovina“ na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku nalazi svoje opravdanje, pored ostalog, i u promjenama do kojih dolazi na temelju novih menadžmentskih koncepcija, zahvaljujući upravljanju informacijskom tehnologijom.

Dakle, i na operativnoj se razini mijenjaju sustavi gospodarenja zalihama i logistički sustavi koji, zahvaljujući razvoju informacijskih i komunikacijskih tehnologija, omogućuju umrežavanje trgovinskih poduzeća.

Zahtjevi na nove načine gospodarenja zalihama postoje u novim koncepcijama kao što su: Category Management, Efficient Consumer Response (ECR), E – Commerce, Cross-Docking, Internet-Shopping i druge.

#### 1.5. Usporedivost studija

Smjer „Trgovina“ na Ekonomskom fakultetu u Osijeku na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku usporediv je s istoimenim studijima na nekim ekonomskim fakultetima i veleučilištima u Republici Hrvatskoj (Zagreb, Split, Požega), a djelomice i s nekim studijima trgovinskoga usmjerenja na europskim visokim stručnim školama, npr. sa sličnim usmjerenjem studija Wirtschafts- Akademie u Frankfurtu (4 semestra) ili pak Univerziteta u Münsteru (Njemačka), Berufsakademie Mannheim (6 semestara), Berufsakademie Karlsruhe (6 semestara).

#### 1.6. Dosadašnja iskustva

Na Ekonomskom fakultetu u Osijeku je na sveučilišnom četverogodišnjem studiju u vremenu 1979. – 1984. postojao smjer «Trgovina». Stručni dvogodišnji studij «Računovodstvo i trgovina» uveden je 1987. godine, i tada ima dva smjera «Računovodstvo i trgovina» i «Unutrašnjetrgovinsko poslovanje».

Od 1992. godine na Ekonomskom fakultetu u Osijeku postoji stručni četverosemestralni studij «Računovodstvo i trgovina» s dva smjera: «Računovodstvo» i «Trgovina». Taj se program bitno razlikuje od onog iz 1987. godine, a do sada je i unutar pojedinih predmeta pretrpio i različite izmjene i dopune.

#### 1.7. Mogući partneri

Za predloženi stručni studij „Trgovina“ interes bi mogli pokazati veliki trgovinski poslovni sustavi (dionička društva), srednja i mala trgovinska poduzeća i njihove udruge, te Hrvatska gospodarska komora.

#### 1.8. Otvorenost studija prema pokretljivosti studenata

Obrazovna se vertikala može postići zbog toga što postoje stručne trgovačke škole i trgovačka usmjerenja pri srednjim školama, a nastavak obrazovanja mogao bi se postizati na različitim stručnim tečajevima za usavršavanje u ovom zanimanju kao i prijelazom na sveučilišni studij poslovne ekonomije smjera «Trgovine i logistike» ili «Marketinga» (kakav postoji na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, i na Ekonomskom fakultetu u Osijeku).

Prijelaz na sveučilišni studij poslovne ekonomije, smjera «Trgovina i logistika» ili pak smjera «Marketing» moguć je polaganjem razlikovnih ispita iz onih predmeta koji nisu zastupljeni na ovome studiju (u svakom se konkretnom slučaju trebaju utvrditi takvi razlikovni ispiti).

## 2. Opći dio

### 2.1. Naziv studija

Naziv studija je: stručni studij, smjer „Trgovina“.

### 2.2. Nositelj i predlagač studija

Nositelj i predlagač studija je Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Izvođač studija je Ekonomski fakultet u Osijeku (kao sastavnica Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku).

### 2.3. Trajanje studija

Predviđeno trajanje studija je tri godine (šest semestara).

### 2.4. Uvjeti upisa na studij

Prema članku 77 Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju (Narodne novine, br. 123/2003 od 23. 07. 2003), stavak 2 i 3, sveučilište, veleučilište i visoka škola utvrđuju koji su srednjoškolski programi odgovarajući preduvjeti za upis pojedinoga preddiplomskog ili stručnog studija. Isto tako, sveučilište, veleučilište i visoka škola utvrđuju postupak odabira pristupnika za upis.

Statutom Ekonomskog fakulteta u Osijeku, međutim, nije posebno određen postupak odabira pristupnika za upis na stručni studij (članak 65 Statuta poziva se na navedene odredbe Zakona iz članka 77).

S obzirom na naglašeno usmjerenje na djelatnost trgovine, odnosno robnoga poslovanja, kao uvjet za upis na stručni studij na smjeru «Trgovina» mogli bi imati sljedeći pristupnici sa završenim prethodnim obrazovanjem završavanjem srednjih škola (Zakon o srednjem školstvu, pročišćeni tekst, Narodne novine, br. 69/2003., od 09. 04. 2003.):

(a) koji su uspješno završili programe za stjecanje srednje školske spreme (četverogodišnje srednjoškolsko obrazovanje)

(b) koji su završili programe za stjecanje srednje stručne spreme u trajanju od četiri godine ili srednje stručne spreme u trajanju od tri godine za trgovačka zanimanja (trgovačke strukovne škole ili slični programi drugih srednjih škola)

(c) Ukoliko se prijavi veći broj kandidata od predviđenih studentskih mjesta, uvjet za upis je uspješno polaganje prijamnog ispita (postizanje bodovnog praga) i mjesto u redosljedu pristupnika prema postignutim bodovima.

### 2.5. Stjecanje znanja i osposobljavanje

Stručnim studijem «Trgovina» studenti stječu temeljna ekonomska znanja, produbljena temeljna ekonomska znanja vezana uz područje trgovine, kao i specijalistička teorijska i praktička znanja. Na taj način oni se osposobljavaju za obavljanje i vođenje različitih poslova u trgovinskim gospodarskim subjektima, odnosno za uspješno robno poslovanje na domaćem i stranom tržištu.

### 2.6. Zanimanja i poslovi za koje studij osposobljava

Završetkom stručnoga studija smjera «Trgovina» studenti će dobiti stručni naziv u skladu s odredbama zakona. Studenti se osposobljavaju za obavljanje i vođenje različitih poslova u trgovinskim i drugim gospodarskim subjektima, vezanim uz robno poslovanje, kao što su:

- referenti nabave/prodaje u trgovinskim i proizvodnim društvima;
- voditelji maloprodajnih poslovnih jedinica (većih);

- voditelji odjeljenja u robnim kućama i drugim oblicima velikih prodavaonica;
- voditelji predstavništava/poslovnica;
- samostalni zastupnici;
- voditelji skladišta;
- unapređivači prodaje;
- product manageri u proizvodnim poduzećima;
- voditelji i organizatori marketinških akcija trgovačkih društava;
- osnivači i voditelji vlastitih trgovačkih društava.

## 2.7. Iznimnost stručnog studija smjera «Trgovina»

Predloženi stručni studij smjera «Trgovina» na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku - na Ekonomskom fakultetu u Osijeku ispunjava zahtjeve iznimnosti koji se traže skladu s člankom 74 Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju.

*Naime, predloženi stručni studij smjera «Trgovina» može se smatrati iznimno opravdanim i korisnim zbog novih izazova koji se postavljaju pred poslovne subjekte odnosno novih uvjeta u poslovanju trgovinskih poduzeća, čime ono postaje sve kompleksnije.*

Razlozi za ovu kompleksnost kriju se u brojnim čimbenicima vezanim uz procese razvoja novih proizvoda i usluga, koncentraciju, internacionalizaciju i globalizaciju poslovanja, sve oštriju konkurenciju, te u različitim drugim ekonomskim i neekonomskim čimbenicima.

*Osим toga, ovaj stručni studij može se smatrati nastavkom ranijih stručnih i znanstvenih studija iz područja trgovine na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, koji u tome smjeru ima dugogodišnju tradiciju.*

*Posebnost ovoga studija, za razliku od drugih sličnih stručnih studija u Republici Hrvatskoj, je u sljedećem:*

*(a) u programima koji se predlažu na stručnom studiju «Trgovina» na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku – na Ekonomskom fakultetu u Osijeku postoji:*

- jače usmjerenje na trgovinu, nego što postoji na drugim stručnim studijima smjera «Trgovina», kako u teorijskim spoznajama, tako i u spoznajama o vođenju samih robnih procesa
- uvažavanje regionalnih posebnosti.
- predloženi studij, osim već iznesenog iznimnog značenja za gospodarstvo Republike Hrvatske, ima i svoju iznimnost u pogledu **regionalnog interesa** i u tome, što se organizira na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, u centru Istočne Hrvatske koja kao regija ima svoje posebnosti. Naime, Osijek je središte kome gravitira više od 1 mil. stanovnika, a osim toga u široj regiji, s obzirom na gospodarsku strukturu i razinu gospodarske razvijenosti, trgovina ima još veće značenje nego li u cijeloj Republici Hrvatskoj.

*S obzirom na dugu tradiciju Ekonomskog fakulteta iz Osijeka (od 1959. godine) i razvijanje različitih kolegija koji su vezani uz trgovinsko poslovanje i na drugim smjerovima (osobito na smjeru «Marketing») na diplomskim i poslijediplomskim studijima (sada ima četiri poslijediplomska specijalistička studija), možemo ocijeniti da na njemu ne samo da postoje uvjeti vezani uz iskustvo za djelovanje predloženog stručnog studija «Trgovina», nego da postoje i druge kvalitete (npr. sada znatno povećani radni prostor, kadrovi, oprema) ovoga fakulteta koje se odnose na potrebu za iznimnim odobrenjem – suglasnosti Nacionalnog vijeća za visoko obrazovanje za njegovo izvođenje.*

### 3. Opis programa

#### 3.1. Popis obaveznih i izbornih predmeta STRUČNI STUDIJ - TRGOVINA

##### STRUČNI STUDIJ TRGOVINA – OBAVEZNI PREDMETI STUDIJA

	Satnica	ECTS
Ekonomika poduzeća	60	6
Gospodarska matematika	60	6
Ekonomika narodnog gospodarstva	60	5
Poslovna informatika	60	5
Poslovni strani jezik I	30	3
Tjelesna i zdravstvena kultura I	30	
Organizacija poduzeća	60	6
Statistika	60	6
Računovodstvo	60	6
Poslovni strani jezik II	30	3
Tjelesna i zdravstvena kultura II	30	
Poslovne financije	60	6
Marketing	60	6
Trgovačko pravo	45	4
Poslovni strani jezik III	30	3
Tjelesna i zdravstvena kultura III	30	
Poslovni strani jezik IV	30	3
Tjelesna i zdravstvena kultura IV	30	
Poslovna etika	30	3
Poslovni strani jezik V	30	3
Tjelesna i zdravstvena kultura V	30	
Tjelesna i zdravstvena kultura VI	30	

##### STRUČNI STUDIJ TRGOVINA – OBVEZNI PREDMETI SMJERA

Poznavanje prehrambene robe	60	5
Ekonomika trgovine	45	5
Informatičke tehnologije u distribuciji	45	4
Poslovna logistika	60	6
Računovodstvo trgovinskih poduzeća	45	5
Nabavno poslovanje	60	6
Prodajno poslovanje	60	6
Upravljanje opskrbnim lancem (SCM)	60	6
Menadžment u trgovini	60	6
Tržište i distribucija poljoprivredno – prehrambenih proizvoda	45	5
Transportno pravo i špedicija	45	4
Međunarodno trgovinsko poslovanje	60	5
Marketing u trgovini	45	5
Logistika u trgovini	45	5
Stručna praksa IV	75	5
Stručna praksa V	75	5
Stručna praksa VI	75	5
Završni rad	60	6

##### STRUČNI STUDIJ TRGOVINA – IZBORNI PREDMETI SMJERA

Komuniciranje s tržištem	45	4
E – marketing	45	4
Ponašanje potrošača	45	4
Upravljanje odnosima s potrošačima (CRM)	45	4
Strategije ulaska na inozemno tržište	45	4
Poslovno pregovaranje	45	4
Upravljanje kategorijama proizvoda (CM)	45	4

Od ponuđena po tri izborna predmeta (na IV. V i VI semestru) student bira jedan.

### 3.2. Opis svakog predmeta

Opis svakog predmeta nalazi se kao poseban prilog ovom Prijedlogu.

### 3.3. Struktura studija, ritam studiranja i obveze studenata

Struktura studija na Ekonomskom fakultetu u Osijeku sastoji se od uobičajene sheme 3 + 2.

Stručni studij Trgovina traje šest semestra. Studij obuhvaća nastavni sadržaj od 180 ECTS bodova.

Predmeti su grupirani semestralno, što znači da im je i takav ritam studiranja.

Specifičnost je ovoga studija je njegova stručna usmjerenost na djelatnost trgovine. Nadalje, posebna se pažnja pridaje poslovnom stranom jeziku koji je u programu u pet semestra, kao i poslovnoj praksi koja je u nastavnom programu u IV, V i VI semestru (u VI semestru se izrađuje i završni rad na primjeru iz prakse).

Na ovome stručnom studiju ima ukupno 40 predmeta (obveznih 37 i izbornih 3 od 7 ponuđenih), od čega se 6 odnose na Tjelesnu i zdravstvenu kulturu. Ovome treba dodati još stručnu praksu tokom IV, V i VI semestra. Obveznih predmeta smjera ima 14 plus još tri izborna.

Od ukupnoga fonda od 2.100 sati odnosi se:

- |  |             |
|--|-------------|
| (a) na nastavu, seminare, vježbe i radionice   | 1. 635 sati |
| (b) na stručnu praksu i izradu diplomskog rada | 285 sati    |
| (c) na tjelesnu i zdravstvenu kulturu          | 180 sati.   |

Nema posebnih uvjeta za upis studenata u parne (ljetne) semestre. Odluka za upis studenata u višu studijsku godinu bit će regulirana odlukom Stručnoga vijeća. Upis ponavljačke godine redoviti studenti mogu ostvariti uz uvjet da su stekli 30 ECTS bodova. Nije predviđeno programsko povezivanje prilikom polaganja ispita u parnim semestrima. Dakle, student može polagati ispite iz parnog (ljetnog) semestra iako nije položio ispite u neparnom (zimskom) semestru.

Iz pojedinih predmeta kao oblici nastave osim predavanja držali bi se seminari i radionice, na kojima bi studenti proširivali teorijske spoznaje i povezivali ih s praktičnim primjerima, učili pismeno izražavanje i iznošenje materijala, te razvijali svoje kreativne sposobnosti.

Svakako, za pojedine predmete važne su i vježbe na hipotetičkim primjerima, osobito vježbe u računalskoj učionici vezano uz informatički podržane simulirane kupoprodajne procese i daljnje korištenje tako stvorenih baza. S tim u svezi je ukupni fond sati za pojedini predmet (između 45 i 60 sati) podijeljen na predavanja, seminare i vježbe. Iz pojedinih predmeta seminari će se odnositi na kontakt s praksom. Osim toga, studenti će dobiti uputstva na koji način će sudjelovati u stručnoj praksi (upoznavanje gospodarskog subjekta, pojedinih poslovnih procesa, njihova prezentacija i zapažanja). Individualni rad i učenje studenata vezani su više uz predmete s više predavanja i seminare koji se odnose na pisane radove.

### 3.4. Popis predmeta i/ili modula koje studenti mogu izabrati s drugih studija

Individualno, na zahtjev studenta, mogu se priznati izabrani predmeti s drugih studija (i fakulteta), kao da su položeni na ovom studiju.

### 3.5. Popis predmeta i/ili modula koji se mogu izvoditi na stranom jeziku

Za sada nisu predviđeni predmeti i/ili moduli koji bi se izvodili na stranom jeziku.

### 3.6. Kriteriji i uvjeti prijednosa ECTS bodova

Kao predmeti studija mogu se prihvatiti i predmeti na drugim visokim učilištima s tim da se studentu, kod prijenosa bodova na matično visoko učilište, odredi kreditni broj bodova koji vrijedi na matičnom učilištu.

### 3.7. Način završetka studija

Studij završava usmenom obranom prethodno napisanoga završnog rada kojim se obrađuje neki slučaj iz prakse.

### 3.8. Uvjeti nastavka prekinutog studija

Studenti koji su prekinuli studij na jednome studijskom programu mogu nastaviti studij na drugom studijskom programu uz uvjet da polože sve diferencijalne ispite na novom studijskom programu.

## 4. Uvjeti za izvođenje studija

### 4.1. Mjesta izvođenja studijskog programa

Studijski program smjera „Trgovina“ izvodit će se na dvije lokacije:

- (a) Osijek, Gajev trg 7
- (b) Varaždin, Park kralja Petra Krešimira IV, br. 15

### 4.2. Podaci o prostoru i oprema za izvođenje studija

Na lokaciji u Osijeku, Gajev trg 7 predviđen prostor i oprema:

5.145 m<sup>2</sup> ; 17 dvorana; 1.600 sjedećih mjesta.

Računalna oprema: 150 PC računala i 4 servera, dostupnost Internetu

Didaktička oprema: 20 grafoskopa, 20 LCD projektora; 20 video – rekordera; audio vizualna oprema.

Na lokaciji Varaždin, Park Petra Krešimira IV 15, predviđen prostor i oprema:

2.300m<sup>2</sup> ; 8 dvorana; 600 sjedećih mjesta

Računalna oprema: 20 PC računala, 2 servera

Didaktička oprema: 8 grafoskopa, 8LCD projektora, audio vizualna oprema.

Stručna bi se praksa izvodila u centralama, kao i u poslovnim jedinicama – krupnim maloprodajnim objektima, logističko – distributivnim centrima, poslovnica i sl. gospodarskih subjekata iz djelatnosti trgovine i logistike (npr. prijevoznici, špediteri i sl.).

### 4.3. Optimalni broj studenata

Obzirom na prostor, opremu i broj nastavnika kojima raspolaže Ekonomski fakultet u Osijeku, optimalan broj studenata u Osijeku je 300 studenata, a u Varaždinu 120 studenata.

### 4.4. Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe studijskog programa

Izvedba programa prati se putem anonimne ankete o kvaliteti organizacije nastave, sadržaja predmeta, radu predavača i voditelja vježbi. Ocjenjuju se koristi ulaganja, sadržaj, pripremljenost nastavnika, jasnoća izlaganja, količina novih sadržaja i ostale dimenzije sadržaja.

Administrativno se uspoređuje plan i njegovo izvršenje kao i broj studenata koji pohađaju predavanja i vježbe.



4.5. Imena nastavnika i broj suradnika koji će sudjelovati u izvođenju svakog predmeta pri pokretanju studija

STRUČNI STUDIJ – smjer TRGOVINA

I. SEMESTAR				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Ekonomika poduzeća	Prof.dr.sc. Marijan Karić	60	6
2.	Gospodarska matematika	Prof.dr.sc. Miljenko Crnjac Doc.dr.sc. Antoaneta Klobučar	60	6
3.	Ekonomika narodnog gospodarstva	Doc.dr.sc. Vladimir Cini	60	5
4.	Poslovna informatika	Prof.dr.sc. Nino Novak Doc.dr.sc. Josip Mesarić Doc.dr.sc. Marijana Zekić – Sušac Dr.sc. Branimir Dukić	60	5
4.	Poznavanje prehrambene robe	Prof. dr. sc. Vlasta Piližota	60	5
6.	Poslovni strani jezik	Mr.sc. Ljerka Sedlan- König Ljerka Radoš, prof. Mirna Hocenski – Dreiseidl, prof.	30	3
7.	Tjelesna i zdravstvena kultura	Mr.sc. Vladimir Šumanović Željko Vukić, prof.	30	
	Ukupno		360	30

II. SEMESTAR				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Organizacija poduzeća	Prof.dr.sc. Željko Turkalj	60	6
2.	Statistika	Prof.dr.sc. Jasna Horvat	60	6
3.	Računovodstvo	Prof.dr.sc. Petar Proklin	60	6
4.	Ekonomika trgovine	Prof.dr.sc. Nikola Knego	45	5
5.	Poslovni strani jezik	Mr.sc. Ljerka Sedlan- König Ljerka Radoš, prof. Mirna Hocenski – Dreiseidl, prof.	30	3
6.	Informatičke tehnologije u distribuciji	Prof.dr.sc. Maja Lamza - Maronić	45	4
7.	Tjelesna i zdravstvena kultura	Mr.sc. Vladimir Šumanović Željko Vukić, prof.	30	
	Ukupno		330	30

III. SEMESTAR				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Poslovne financije	Prof.dr.sc. Branko Novak	60	6
2.	Marketing	Prof.dr.sc. Mane Medić	60	6
3.	Poslovna logistika	Prof. dr.sc. Zdenko Segetlija	60	6
4.	Računovodstvo trgovinskih poduzća	Prof.dr.sc. Petar Proklin	45	5
5.	Trgovačko pravo	Prof.dr.sc. Srećko Jelinić	45	4
5.	Poslovni strani jezik	Mr.sc. Ljerka Sedlan- König Ljerka Radoš, prof. Mirna Hocenski – Dreiseidl, prof.	30	3
7.	Tjelesna i zdravstvena kultura	Mr.sc. Vladimir Šumanović Željko Vukić, prof.	30	
	Ukupno		330	30

IV. SEMESTAR				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Nabavno poslovanje	Prof.dr.sc. Drago Ružić	60	6
2.	Prodajno poslovanje	Prof.dr.sc. Drago Ružić	60	6
4.	Upravljanje opskrbnim lancem (SCM)	Doc.dr.sc. Josip Mesarić	60	6
5.	Izborni predmet smjera		45	4
6.	Stručna praksa		75	5
7.	Poslovni strani jezik	Mr.sc. Ljerka Sedlan - König Ljerka Radoš, prof. Mirna Hocenski – Dreiseidl, prof.	30	3
8.	Tjelesna i zdravstvena kultura	Mr.sc. Vladimir Šumanović Željko Vukić, prof.	30	
	Ukupno		360	30

Izborni predmet smjera IV. semestra				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Komuniciranje s tržištem	Prof.dr.sc. Mane Medić	45	4
2.	E - Marketing	Prof.dr.sc. Drago Ružić	45	4

V. SEMESTAR				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Menadžment u trgovini	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija	60	6
2.	Tržište i distribucija poljoprivredno – prehrambenih proizvoda	Prof.dr.sc. Zdravko Tolušić	45	5
3..	Transportno pravo i špedicija	Prof.dr.sc. Srećko Jelinić	45	4
4.	Poslovna etika	Prof.dr.sc. Antun Šundalić	30	3
5.	Izborni predmet smjera		45	4
6.	Poslovni strani jezik	Mr.sc. Ljerka Sedlan - König Ljerka Radoš, prof. Mirna Hocenski – Dreiseidl, prof.	30	3
7.	Stručna praksa		75	5
8.	Tjelesna i zdravstvena kultura	Mr.sc. Vladimir Šumanović Željko Vukić, prof.	30	
	Ukupno		360	30

Izborni predmet smjera V. semestra				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Ponašanje potrošača	Prof.dr.sc. Drago Ružić	45	4
2.	Upravljanje odnosima s potrošačima (CRM)	Prof.dr.sc. Branimir Dukić	45	4
3.	Strategije ulaska na inozemno tržište	Prof.dr.sc. Mirna Leko - Šimić	45	4

VI. SEMESTAR				
Red. br.	P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS
1.	Međunarodno trgovinsko poslovanje	Prof.dr.sc. Goran Marijanović	60	5
2.	Marketing u trgovini	Prof. dr.sc. Zdenko Segetlija	45	5
3.	Logistika u trgovini	Prof. dr.sc. Vesna Brčić - Stipčević	45	5
4.	Izborni predmet		45	4
5.	Tjelesna i zdravstvena kultura	Mr.sc. Vladimir Šumanović Željko Vukić, prof.	30	
6.	Stručna praksa		75	5
7.	Završni rad		60	6
	Ukupno		360	30

Izborni predmeti smjera VI. semestra				
P r e d m e t	Nositelj predmeta	Satnica	ECTS	
Poslovno pregovaranje	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija	45	4	
Upravljanje kategorijama proizvoda (CM)	Prof.dr.sc. Vesna Brčić - Stipčević	45	4	

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	EKONOMIKA PODUZEĆA			
<b>Studijski program</b>	Trgovina		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	Stručni studij					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Marijan Karić					
<b>Studijska godina</b>	1.		Semestar		I.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	15
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Pojam, predmet i metode ekonomike poduzeća. Značajke i vrste poduzeća. Upravljanje i poduzeću. Menadžment i poduzetništvo. Čimbenici proizvodnje. Poslovna sredstva. Proizvodna funkcija. Ukupni, prosječni i granični proizvod. Vrste troškova proizvodnje. Ovisnost troškova o promjeni opsega proizvodnje. Ukupni, prosječni i granični troškovi. Odnos troškova i prihoda. Troškovi u dugom roku. Pojam, vrste i metode kalkulacije cijene koštanja. Metode razdvajanja stalnih i promjenljivih troškova. Pojam obračuna poslovanja. Analiza i revizija poslovanja. Procjenjivanje vrijednosti poduzeća. Mjerenje poslovnog uspjeha poduzeća. Apsolutna i relativna mjerila uspješnosti. Ekonomike resursa (rada, predmeta rada i stalnih sredstava). Ekonomike funkcija. Ekonomika investicija.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
<p>Studenti će steći praktična i teoretska znanja o poslovanju poduzeća, posebice o troškovima, prihodima, financijskom rezultatu i poslovnom uspjehu poduzeća. Posebice je važno da studenti nauče razmišljati kao ekonomisti. Cilj je stjecanje elementarnih znanja o bitnim pojmovima s kojima se ekonomisti susreću u svakodnevnom poslovanju poduzeća, a koji su neophodna podloga za razumijevanje problematike koja se proučava u posebnim ekonomskim predmetima.</p>						
<b>Obvezna literatura</b>						
<p>1. Karić, M.: Ekonomika poduzeća, Ekonomski fakultet, Osijek, 2003. 2. Karić, M.: Mikroekonomika, Ekonomski fakultet, Osijek, 2003.</p>						
<b>Izborna literatura</b>						
<p>1. Ravlić, P. i drugi: Ekonomika poduzeća, Ekonomski fakultet u Zagrebu, 1993. 2. Ruža, F. i drugi: Ekonomika poduzeća, Uvod u poslovnu ekonomiju, TIVA i FOI, Varaždin, 2002.</p>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>			<b>Kolokvij</b>	X
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Studentska anketa vrednovanja profesora i prolaznost na ispitu.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	GOSPODARSKA MATEMATIKA			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>				
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Miljenko Crnjac, doc.dr.sc. Antoaneta Klobučar					
<b>Studijska godina</b>		1.	<b>Semestar</b>		I.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	30
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Temeljni gospodarski računi. Postotni račun od sto. Postotni račun više i niže sto. Pravilo trojno (jednostavno i složeno). Verižni račun. Račun diobe (jednostavni i složeni). Račun smjese. Račun zlata i srebra. Račun deviza. Arbitraža deviza. Arbitraža robe.</li> <li>2. Jednostavni kamatni račun i njegova primjena. Dekurzivni i anticipativni obračun kamata. Štedni uložci. Račun mjenica. Potrošački kredit.</li> <li>3. Složeni kamatni račun. Dekurzivni i anticipativni obračun kamata. Konačna vrijednost glavnice. Sadašnja vrijednost glavnice. Vrste kamatnjaka i njihova primjena. Konačna i početna vrijednost prenumerando i postnumerando uplata. Vječna renta.</li> <li>4. Zajam. Dekurzivni i anticipativni obračuna kamata. Anuiteti. Otplatne tablice. Modeli otplate zajma: uz jednake anuitete, uz promjenljive anuitete. Konverzija zajma.</li> </ol>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Upoznati studente s primjenom matematike u gospodarskom poslovanju						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crnjac, M.: Matematika za ekonomiste, skripta, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2001.</li> <li>2. Relić, B.: Gospodarska matematika, II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih radnika, Zagreb, 2002.</li> <li>3. Relić, B.: Financijske tablice, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 1996.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
1. Jukić, D.; Scitovski, R.: Matematika 1, skripta, Prehrambeno – tehnološki fakultet. Osijek, Elektrotehnički fakultet, Osijek, Osijek, 1998.						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		X
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Praćenje rada studenata na vježbama – pismenim provjeravanjem individualno (pismeni ispit; računalne vježbe) i na tabli.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	EKONOMIKA NARODNOG GOSPODARSTVA			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. .dr.sc. Vladimir Cini					
<b>Studijska godina</b>	1.	<b>Semestar</b>		I.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Temeljni ekonomski pojmovi: potražnja, ponuda, proizvodnja, troškovi.</li> <li>2. Tržište inputa i tržište outputa. Država i tržište</li> <li>3. Temeljni makroekonomski pojmovi: inflacija, nezaposlenost, bruto-nacionalni proizvod, poslovni ciklusi, agregatna potražnja i agregatna ponuda, agregatno trošenje i makroekonomska ravnoteža. Fiskalna politika. Novac i monetarna politika.</li> <li>4. Prirodni izvori hrvatskog bogatstva</li> <li>5. Hrvatski demografski kapital</li> <li>6. Zaposlenost, nezaposlenost – tržište rada</li> <li>7. Predtranzicijski i tranzicijski gospodarski razvitak</li> <li>8. Djelotvornost hrvatskog naspram drugih modela restrukturiranja</li> <li>9. Ciljevi, nositelji i sredstva ekonomske politike</li> <li>10. Reindustrijalizacija hrvatskog gospodarstva</li> <li>11. Vanjskotrgovinska razmjena u uvjetima globalizacije</li> <li>12. Razvitak agroindustrijskoga kompleksa u svijetu i u Hrvatskoj</li> </ol>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Predmet «Ekonomika narodnog gospodarstva» omogućava studentima usvajanje teorijskih i znanstvenih znanja iz ovog područja te znanja vezanih za osobitosti hrvatskog gospodarskog sustava.						
<b>Obvezna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ferenčak, I.: Počela ekonomike, II. izdanje, Ekonomski fakultet u Osijeku, osijek, 2003.</li> <li>2. Grupa autora (red. I. Družić): Hrvatski gospodarski razvoj, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2003.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wertheimer – Baletić, A.: Stanovništvo i razvoj, MATE d.o.o., Zagreb 1999.</li> <li>2. Crkvenac, M.: Ekonomika industrije i gospodarski razvoj Hrvatske, Informator, Zagreb, Zagreb 1993.</li> <li>3. Grahovac, P.: Ciljevi politike razvoja hrvatske poljoprivrede, RIFIN, Ekonomija, 3/1996.</li> <li>4. Bogunović, A.: Regionalna ekonomika, Narodne Novine Zagreb 1991.</li> <li>5. Ministarstvo turizma i trgovine, Razvojna strategije hrvatskog turizma, Zagreb 1993.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		X
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano je internim aktima Fakulteta.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNA INFORMATIKA			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	prof. dr. sc. Ninoslav Novak, doc. dr. sc. Josip Mesarić, doc. dr. sc. Marijana Zekić-Sušac, doc. dr. sc. Branimir Dukić					
<b>Studijska godina</b>	1.		<b>Semestar</b>	I.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	15
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informacijska tehnologija u poslovanju. Definicije i sadržaji. Kratka povijest i trendovi razvoja i informacijske tehnologije. Informacijska tehnologija kao strateški resurs.</li> <li>2. Računalni sustav. Podaci i informacije. Komponente i podsustavi računalnog sustava. Hardver. Softver. Ljudi. Organizacija. Komunikacija. Tipovi računalnih sustava. Parametri po kojima se karakteriziraju računala. Prosesi i faze u računalnom sustavu.</li> <li>3. Algoritmi i programiranje računala. Pristup rješavanju problema pomoću računala. Pojam algoritma. Algoritamske strukture. Kodiranje algoritama i programske strukture. Programski jezici. Kompiliri i intpreteri. Strukture podataka.</li> <li>4. Model računalnog sustava. Von Neumannov model računalnog sustava. Središnja jedinica računala. Procesor. Radna memorija. Izvođenje programa i skupovi instrukcija. Ulazno izlazni podsustav, sabirnice i kartice za proširenja. Ulazni uređaji i naprave. Izlazni uređaji i naprave. Uređaji za pohranu podataka. Fizička i logička organizacija podataka.</li> <li>5. Sistemski softver. Operacijski sustavi. Pomoćni i uslužni programi.</li> <li>6. Komunikacije i mreže računala. Uloga i zadaci računalnih mreža. Arhitektura računalnih mreža. Mediji za prijenos podataka. Kompresija i kriptiranje podataka u prijenosu. Izgradnja računalnih mreža.</li> <li>7. Informacijski sustavi. Uloga i zadaci IS-a. Dijelovi i podsustavi IS-a. IS kao model poslovnog sustava. Izgradnja IS-a. Pristup izgradnji IS-a. Projektiranje IS-a. Upravljanje IS-om. Integracija – ERP. Uredski informacijski sustav.</li> <li>8. Organizacija i upravljanje podacima. Datoteke. Baze podataka. Vrste baza podataka. Modeli baza podataka. Relacijske baze podataka. XML baze podataka. Sustav za upravljanje bazama podataka. Skladišta podatka. Skladištenje podataka. Dimenzijske baze podataka. Oblikovanje dimenzijskih baza. Otkrivanje veza i stvaranje znanja. Rudarenje podataka.</li> <li>9. Sustavi za potporu odlučivanju. Odlučivanje i donositelji odluka. Vrste sustava za potporu odlučivanju. Potpora odlučivanju u skupini. Analitičko modeliranje i tablični kalkulatori. Sustavi temeljeni na znanju. Ekspertni sustavi. Neuronske mreže. Inteligentni agenti.</li> <li>10. Internet i elektroničko poslovanje. Internet i njegovi servisi. Pretraživanje Interneta. Elektroničko i mobilno poslovanje. Sigurnost umreženih sustava.</li> <li>11. Suvremena informacijska tehnologija. Multimedijski sustavi. Vizualizacija podataka i prividna stvarnost. Virtualne organizacije.</li> <li>12. Sigurnosni aspekti korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije. Autorizacija, autentifikacija. Računalna zaštita. Kompjutorska higijena. Intelektualno vlasništvo, licence.</li> <li>13. Osnove ergonomski ispravnog korištenja računalne opreme.</li> <li>14. Održivi razvitak, recikliranje računalne opreme i pitanja zaštite okoliša.</li> </ol>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
<p>Ciljevi kolegija (opće kompetencije) su: pružiti studentima osnovna znanja o informacijskoj tehnologiji i naučiti ih ovladati osnovnim vještinama rukovanja računalima, a u svrhu stvaranja temelja za stjecanje specijaliziranih znanja potrebnih za upravljanje informacijama u poslovanju.</p> <p>Specifične kompetencije: omogućiti razvijanje specijaliziranih znanja i vještina u područjima: računalni sustav, programiranje, baze podataka, sistemski softver, informacijski sustavi, sustavi za potporu odlučivanju, Internet i elektroničko poslovanje. Specifične kompetencije razvijale bi se u okviru seminarских radova i vježbi izradom projektnih zadataka prema preferencama studenata.</p>						
<b>Obvezna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Čerić, V.; Varga, M.: Informacijska tehnologija u poslovanju, Element, Zagreb, 2004.</li> <li>2. Mesarić, J.; Zekić-Sušac, M.; Dukić, B.: PC u uredskom poslovanju, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2001.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						

1. Gupta, U., Information Systems, Success in the 21<sup>st</sup> century, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 2000.
2. Hinkle, D.; Marple, M.; Stewart, K.: MS Office XP Suite: A Comprehensive Approach, Student Edition, Glencoe/McGraw-Hill, 2002.
3. Web izvori

<b>Način polaganja ispita</b>				
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	DA, uz računalo	<b>Kolokvij</b>
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>				
<p>Kvaliteta i uspješnost izvedbe kolegija može se pratiti kroz osposobljenost studenata da i na drugim kolegijima koriste znanja i vještine koja su stekli na ovom kolegiju, kroz izradu seminarskih radova na računalo, izradu vlastitih web stranica i korištenju Interneta kao resursa za učenje iz drugih kolegija. Drugi način praćenja kvalitete i uspješnosti kolegija je ocjenjivanje nastavnika i samog kolegija od strane studenata koje će se provoditi na kraju kolegija i koristiti kao izvor povratne informacije od studenata o poboljšanju kvalitete kolegija.</p>				



<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POZNAVANJE PREHRAMBENE ROBE			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>				
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Vlasta Piližota					
<b>Studijska godina</b>	1.		<b>Semestar</b>	I.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prehrambeni proizvodi i njihove osobine. Svježi i prerađeni poljoprivredno – prehrambeni proizvodi biljnog i životinjskog podrijetla. Razvoj tehnologije proizvodnje, čuvanja i distribucije prehrambenih proizvoda.</li> <li>2. Tehnologija proizvodnje i ambalažiranja prehrambenih proizvoda. Prehrambeni proizvodi biljnog podrijetla. Prehrambeni proizvodi životinjskog podrijetla.</li> <li>3. Pakiranje, skladištenje, transport i rukovanje robom – prehrambenim proizvodima</li> <li>4. Kvaliteta prehrambenih proizvoda.</li> <li>5. Proizvodnja i distribucija hrane i ekosustav.</li> </ol> <p>Seminarska nastava: Seminarska nastava odnosi se na uvid i analizu praktičnih slučajeva (posjete proizvođačima i distributerima hrane). Student izrađuje pisani seminarski rad na zadanu temu, kao uvjet za pristupanje ispitu.</p>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Predmetom „Poznavanje robe“ studentima će se omogućiti stjecanje temeljnih tehnoloških teorijskih i praktičkih spoznaja, na temelju kojih će moći voditi robno poslovanje i rukovanje robom u sektoru poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda.						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Andrijanić, I.; Bilen, M.; Lazibat, T.: Poznavanje robe u trgovini, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2001.</li> <li>2. Lovrić, T.; Piližota, V.: Konzerviranje i prerada voća i povrća, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 1994.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ignjac, N.: Sustav kvalitete 2000, - velika revizija normi ISO – 9000, Zagreb. 1999.</li> <li>2. Kovačević, D.: Kemija i tehnologija mesa i ribe, Sveučilište u Osijeku, Osijek, 2001.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Studentska anketa vrednovanja profesora i prolaznost na ispitu.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNI STRANI JEZIK I (ENGLISKI / NJEMAČKI)			
<b>Studijski program</b>	Trgovina		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	Stručni studij					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Ljerka Radoš, Ljerka Sedlan-König, Mirna Hocenski-Dreiseidl					
<b>Studijska godina</b>	1.		<b>Semestar</b>		I.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			3 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	15	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	
					15	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Studenti nastavljaju sa stranim jezikom koji su učili u osnovnoj i srednjoj školi, te se od njih očekuje odgovarajuća razina znanja (minimalno stupanj B1 prema CEF – Central European Framework).</p> <p>Okvirne teme u prvome semestru su pristupačne i bez predznanja iz ekonomije: gospodarske grane, vrste poduzeća, organizacija, zapošljavanje, oglašavanje, etika, ekologija. Studenti čitaju i interpretiraju ne-specijalističke tekstove na stranom jeziku, te ciljano uče stručni vokabular vezan uz okvirne teme.</p> <p>Sadržaji su orijentirani na konsolidiranje postojećeg znanja te osiguranje znanja i vještina potrebnih za kolegij stranog jezika na sveučilišnom studiju.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
<p>Studenti će steći i/ili proširiti sljedeće kompetencije:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- razumijevanje i interpretacija izabranih tekstova na stranom jeziku;</li> <li>- korištenje gramatičkih struktura u funkciji razumijevanja stručnih tekstova;</li> <li>- razlikovanje i primjena različitih jezičnih registara (formalno/neformalno izražavanje);</li> <li>- učinkovito korištenje rječnika i drugih priručnika;</li> </ul> <p>- razumijevanje i upotreba stručnog vokabulara u ograničenom broju područja.</p>						
<b>Obvezna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cotton, D., D. Falvey, S. Kent: Market Leader, Longman 2000.</li> <li>2. Mascull, Bill: Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press 2000.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Čičin- Šain Buljan, M.-Kosanović, J.-Štampalija, A. (1998): Poslovni njemački I, Mikrorad, Zagreb.</li> <li>2. Dreyer, H.-Schmitt, R. (1999): Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik, Verlag für Deutsch, Ismaning.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opći englesko-hrvatski rječnik. Preporučuje se: Bujas, Željko: Veliki englesko-hrvatski rječnik, Nakladni zavod Globus, Zagreb 1999. ili Filipović, Rudolf: Englesko-hrvatski rječnik, Školska knjiga, Zagreb.</li> <li>2. Radoš, Lj., Meler, M.: Englesko-hrvatski rječnik nazivlja u marketingu, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2002.</li> <li>3. *** : Longman Dictionary of Contemporary English 1995. (ili sličan jednojezični rječnik drugih izdavača: Oxford University Press, Cambridge University Press, Collins Cobuild, Macmillan)</li> <li>4. Murphy, R.: English Grammar in Use, CUP, Cambridge 2004. ili</li> <li>5. Swan, M.; Walter, C.: The Good Grammar Book, OUP, Oxford 2001. (ili slična vježbenica iz gramatike drugih izdavača).</li> <li>6. Brieger, N.; Sweeney, S.: Early Language of Business English, Prentice Hall 1997.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Langenscheidts Großwörterbuch – Deutsch als Fremdsprache, Langenscheidt, Berlin und München, 1993.</li> <li>2. Hrvatsko-njemački poslovni rječnik po izboru</li> <li>3. Lissok, Ch. (1991): Test dein Wirtschaftsdeutsch, Langenscheidt, Berlin und München.</li> <li>4. Rodek, S.- Kosanović, J. (2004): Wirtschaftswörterbuch Deutsch-Kroatisch/Njemačko –hrvatski</li> </ol>						

poslovni rječnik, Masmedia, Zagreb.				
5. Šamšalović, V. (1995): Njemačko hrvatski rječnik, Colorprint, Zagreb.				
Jakić, B.- Hurm, A.(1991): Hrvatsko-njemački rječnik, Školska knjiga, Zagreb.				
<b>Način polaganja ispita</b>				
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>				
Regulirano općim aktima Fakulteta.				

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TJELESNA I ZDRAVSTVENA KULTURA					
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		X		<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>							
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr.sc. Vladimir Šumanović, Željko Vukić, prof.							
<b>Studijska godina</b>		1.	<b>Semestar</b>			I		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni studija</b>		<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			0					
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	0	<b>Seminari</b>	0	<b>Vježbe</b>	30		
<b>Sadržaj kolegija</b>								
<p>Okvirni programski sadržaji obuhvaćaju sve oblike bazičnih kinezioloških disciplina- monostrukturnih, polistrukturnih acikličkih, kompleksnih i estetskih.</p> <p>Programski sadržaji koji se najčešće provode su: fitness, aerobika, plivanje.</p> <p>Športske igre- nogomet, rukomet, košarka, odbojka i stolni tenis.</p> <p>U navedenim športskim igrama obrađuje se i usavršava tehnika i taktika.</p> <p>Za studente oštećena zdravlja predviđeni su posebni kineziterapijski programi uvjetovani njihovim zdravstvenim potrebama.</p> <p>Studentski športski klub Efos omogućuje studentima da zadovolje svoje potrebe za športskim natjecanjima i time postignu osobnu afirmaciju kao i afirmaciju svoga fakulteta.</p> <p>Odabir sadržaja u određenoj akademskoj godini ovisit će o raspoloživim materijalnim uvjetima i preferenciji studenata prema tako odabranim sadržajima.</p>								
<b>Ciljevi kolegija</b>								
<p>Adekvatnim kineziološkim operatorima studenti zadovoljavaju svoje biopsihosocijalne potrebe za kretanjem čime se uvećavaju njihovi adaptivni i stvaralački potencijali, transformiraju antropološke karakteristike osobito motoričke, morfološke i funkcionalne.</p> <p>Posebni je cilj omogućiti studentima stjecanje temeljnih teorijskih i praktičnih znanja kojim se oni osposobljavaju za samostalno programiranje i provođenje procesa tjelesnog vježbanja.</p>								
<b>Obvezna literatura</b>								
<p>1.Anderson, B.; Burke, E.; Perl.B.(1997.):Fitness za sve, Zagreb, Copal.</p> <p>2.Milanović, D. i sur.(1993.): Priručnik za sportske trenere, FFK, Zagreb.</p>								
<b>Izborna literatura</b>								
<p>1. Anderson, B.(2001.): Streching, Gopal, Zagreb.</p> <p>2. Milanović, D. i sur.((1996): Fitness, FFK- Zagreb.</p> <p>3.Tićak, K.(1997): Oblikovanje tijela za žene, Astroida, Zagreb.</p> <p>4.Vukić, Ž.;Vukić,Ž.;Jančić, S.(1999): Priručnik za samostalno ciljano vježbanje studenata, Ekonomski fakultet, Osijek</p>								
<b>Način polaganja ispita - Kolegij nema ispita</b>								
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>				<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>								
<p>Tijekom izvođenja nastave, kontinuirano se prati i provjerava napredovanje studenata i promjene njihovih antropoloških osobitosti a posebno, antropometrijskih, motoričkih i funkcionalnih. U tu svrhu koristi se uobičajeni mjerni instrumentarij, aktualan u primijenjenim kineziološkim područjima.</p>								

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	ORGANIZACIJA PODUZEĆA			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Željko Turkalj					
<b>Studijska godina</b>	1.	<b>Semestar</b>		II.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p><b>Definiranje organizacije, smjerovi i tendencije razvoja.</b> Organizacija kao društveni fenomen. Pojam organizacije. Organizacije rada i organizacije poduzeća. Predmet organizacije. Metode znanosti o organizaciji. Razvoj znanosti o organizaciji i tendencije razvoja.</p> <p><b>Teorijski temelji organizacije.</b> Svrha, ciljevi i zadaci organizacije. Principi organizacije. Osnove organizacije. Organizacijske vrste. Činoci organizacije subjekt i objekt organizacije. Načela organizacije.</p> <p><b>Informiranje, komuniciranje i organizacija.</b> Pojam i značenje. Informacija i komunikacija. Međuzavisnost između informacije i organizacije. Sadržaj i vrste informacija. Izgradnja komunikacijskog sustava. Management – sustav informiranja.</p> <p><b>Oblici i tipovi organizacija.</b> Organizacija kao sustav. Privredne i neprivredne organizacije. Vrste privrednih organizacija. Vrste neprivrednih organizacija. Pravni aspekti organizacije.</p> <p><b>Poduzeće, privredna organizacija.</b> Privredno poduzeće. Vrste poduzeća. Osnivanje poduzeća. Kupnja i prodaja poduzeća. Udruživanje poduzeća. Djelatnost poduzeća. Prestanak poduzeća.</p> <p><b>Izgradnja organizacijske strukture poduzeća.</b> Organizacijska struktura. Organizacija sredstava za proizvodnju. Organizacija radnog kolektiva. Organizacija funkcija. Organizacija radnog mjesta. Manjkavosti i nedostaci organizacijske strukture.</p> <p><b>Upravljanje u rukovođenje poduzećem.</b> Pojam upravljanja. Pojam rukovođenja. Organi upravljanja. Organi rukovođenja. Međusobni odnosi organa upravljanja i rukovođenja.</p> <p><b>Poslovni procesi i funkcije u poduzeću.</b> Poslovni procesi i dekompozicija procesa. Poslovne funkcije. Organizacija funkcije istraživanja i razvoja proizvoda. Organizacija razvojne funkcije. Organizacija kadrovske funkcije. Organizacija proizvodne funkcije. Organizacija prodajne funkcije. Organizacija nabavne funkcije. Organizacija financijske funkcije. Organizacija pomoćno-tehničkih službi. Proces. Aktivnosti. Matrica odgovornosti. Matrica međuzavisnosti.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Osnovna znanja i spoznaje organizacije te mogućnost razmišljanja organizacijskih postavki						
<b>Obvezna literatura</b>						
1. Žugaj, M.; Šehanović, J.; Cingula, M.: Organizacija, TIVA Tiskara Varaždin, Varaždin 2004.						
2. Turkalj, Ž.: Poslovna organizacija – praktikum, Ekonomski fakultetu u Osijeku, Osijek 2004.						
<b>Izborna literatura</b>						
1. Žugaj, M.; Bojanić-Glavica, B; Brčić, R., Šehanović, J.: Organizacijska kultura, TIVA Tiskara Varaždin, Varaždin 2004.						
2. Sikavica, P.; Novak, M.: Poslovna organizacija, Informator, Zagreb 1999.						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>			<b>Kolokvij</b>	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano internim aktima Fakulteta te anketiranjem studenata						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	STATISTIKA			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	Stručni studij					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Jasna Horvat					
<b>Studijska godina</b>	I.		<b>Semestar</b>		II.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS bodova			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	5	<b>Vježbe</b> 10	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p><b>Uvod s deskriptivnom statističkom analizom.</b>          Temeljni pojmovi. Statistički podaci (vrste podataka i izvori, mjerne skale, vrste statističkih nizova). Uređivanje podataka. Tabela. Statistička grafika. Relativni brojevi – primjena u analizi kvalitativnih statističkih nizova. Analiza numeričkih nizova metodama deskriptivne statistike. Srednje vrijednosti (potpune, položajne, specifične). Mjere disperzije. Standardizirana varijabla i pravilo Čebiševa. Mjere asimetrije. Mjera zaobljenosti.</p> <p><b>Temelji inferencijalne statistike</b>          Definicije vjerojatnosti. Slučajna varijabla i njezina svojstva. Funkcije vjerojatnosti. Izabrane teorijske funkcije vjerojatnosti diskretne i kontinuirane slučajne varijable. Kovarijanca. Pojam uzorka s izabranim nacrtima uzorka. Procjenitelj parametra. Sampling distribucije.</p> <p><b>Procjenjivanje parametara i testiranje hipoteza</b>          Procjenjivanje brojem i intervalom aritmetičke sredine, totala i proporcije jedne populacije, te razlike sredina i razlike proporcija dviju populacija. Testiranje hipoteza. Snaga testa. p- vrijednost. Testiranje hipoteze o pretpostavljenoj aritmet.sredini i proporciji jedne populacije, te razlici sredina, proporcija i varijanci dviju populacija. ANOVA - testiranje hipoteza o sredinama triju ili više populacija. Testiranje hipoteza o jednakosti proporcija triju ili više populacija (hi-kvadrat test). Testovi o obliku distribucija.</p> <p><b>Regresijska i korelacijska analiza</b>          Pojam regresijske i korelacijske analize. Regresijski model. Klasifikacija varijabli i regresijskih modela. Model jednostavne linearne regresije. Linearna korelacija i procjena koeficijenta korelacije. Spearmanov koef. korelacije. Koef. korelacije ranga.</p> <p><b>Analiza vremenskih nizova i prognoziranje</b>          Definicija vremenskog niza. Vrste nizova. Klasična dekompozicija serije. Grafičko prikazivanje i uspoređivanje vremenskih nizova. Pokazatelji dinamike (diferencije, stope). Verižni indeksi, indeksi na stalnoj bazi. Skupni indeksi (indeksi cijena i količina Laspeyeres, Paaschea, Fishera). Indeks vrijednosti. Modeli vremenskih pojava. Trend modeli. Procjene parametara i drugih statističko analitičkih veličina. Metoda pomičnih prosjeka. Metoda eksponencijalnog izgladivanja. Modeli sezonskih pojava i čišćenje od sezone.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Opće: ovladavanje teorijskim spoznajama, te vještinama izračunavanja statističkih parametara Specifične: sposobnost provođenja istraživačke zadaće na terenu, izračunavanje i tumačenje izračunatih statističkih pokazatelja						
<b>Obvezna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Šošić I. (2004). Primijenjena statistika. Zagreb: Školska knjiga.</li> <li>Šošić I., V. Serdar (2002). Uvod u statistiku. XII. izdanje. Zagreb: Školska knjiga.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Nastavni materijali oglašeni na stranici <a href="http://www.efos.hr">www.efos.hr</a></li> <li>Newbold P. et al.(2003). Statistics for Business and Economics. Upper Sadle River: Prentice Hall</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano je internim aktima Fakulteta.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	RAČUNOVODSTVO			
<b>Studijski program</b>	Trgovina		X	Računovodstvo		
<b>Razina programa</b>	Stručni studij					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Petar Proklin					
<b>Studijska godina</b>	I.		Semestar		II.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b> 15	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
Suvremeno poimanje računovodstva. Funkcioniranje računovodstvenog informacijskog sustava – računovodstva i računovodstvenog sustava informiranja. Knjigovodstvene isprave. Knjigovodstveni računi. Institucionalni okvir računovodstva. Četvrta i sedma smjernica Europske Unije. Računovodstvene knjige. Sustavi knjigovodstva. Metode knjiženja i unosa knjigovodstvenih podataka. Oblici knjigovodstva. Pogreške i ispravljanje pogrešaka. Računski plan. Računovodstveno-bilančna načela. Računovodstveno-bilančni standardi. Računovodstveno-bilančne politike. Popis (inventura) imovine i dugova. Okvir za sastavljanje i prezentiranje novčano-računovodstvenih izvješća. Novčano-računovodstvena izvješća kao postignuće funkcioniranja računovodstvenog informacijskog sustava – računovodstva. Knjiženja nastalih knjigovodstvenih događaja.						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Predmet «Računovodstvo», uz uvažavanje teorijskih, znanstvenih i praktičnih spoznaja, omogućuje studentima stvaranje profesionalnog mišljenja posebice kod korištenja i prezentiranja računovodstvenih informacija.						
<b>Obvezna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proklin, P.: Računovodstvo (Povijest, načela, teorija, metoda i tehnika knjigovodstva), udžbenik, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2005.</li> <li>2. Proklin, P.: Računovodstveni informacijski sustav i računovodstveni sustav informiranja poduzetnika, udžbenik, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2005.</li> <li>3. Proklin, P.: Računski plan za poduzetnike, skripta, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2005.</li> <li>4. Međunarodni računovodstveni standardi, Narodne novine br. 47/95., 65/96., 39/97., 105/97., 3/99., 148/99., i 2/2000.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deželjin, Ja.; Džajić, Lj.; Mrša, J.; Proklin, P.; Peršić, M. i Spremić, I: RAČUNOVODSTVO, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika Zagreb, 1995.</li> <li>2. Skupina autora: RAČUNOVODSTVO PODUZETNIKA Knjiga I., III. prerađena naklada, RRiFplus Zagreb, ožujak 2000.</li> <li>3. Okvir za sastavljanje i prezentiranje financijskih izvještaja, Međunarodni računovodstveni standardi 2000., Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 2000.</li> <li>4. Meigs &amp; Meigs: RAČUNOVODSTVO. Temelj poslovnog odlučivanja, deveto izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, 1999.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano je internim aktima Fakulteta.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	EKONOMIKA TRGOVINE				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr.sc. Nikola Knego						
<b>Studijska godina</b>	1.			<b>Semestar</b>		II.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>	5 ECTS						
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>1. <b>Uvodno o trgovini.</b> Trgovina, razmjena i distribucija. Distributivna trgovina. Trgovina na veliko i trgovina na malo u funkcijskom i u institucijskom smislu.</p> <p>2. <b>Povijesni razvoj trgovine.</b> Pojava trgovine. Razvoj trgovine. Učenja o pojmu i karakteru trgovine u ekonomskoj teoriji.</p> <p>3. <b>Činitelji izgradnje i organizacije trgovine.</b></p> <p>4. <b>Značaj trgovine u suvremenom gospodarstvu.</b></p> <p>5. <b>Troškovi trgovine.</b></p> <p>8. <b>Trgovinska struktura.</b></p> <p>9. <b>Internacionalizacija trgovine.</b> Internacionalizacija. Regionalizacija. Globalizacija..Strategije internacionalizacije trgovine. Strategije tržišnog ulaska.</p> <p>11.<b>Organizacijski oblici trgovine u europskim zemljama s razvijenom tržišnom strukturom.</b></p> <p>12.<b>Razvojni procesi u trgovinskim strukturama razvijenih zemalja.</b> Promjene značaja pojedinih oblika prodaje. Koncentracija. Integracija. Kooperacija.</p> <p>13. <b>Razvoj maloprodaje izvan prodavaonica.</b> Nonstore trgovci na malo. Kataloška prodaja. Neposredno prodavanje. Prodavanje na daljinu. Elektronička trgovina. Ključni poticaji i barijere za razvoj elektroničke trgovine.</p> <p>14. <b>Perspektive razvoja trgovine na veliko i trgovine na malo.</b></p> <p><b>Seminarska nastava.</b> U seminarskoj nastavi obrađuju se, osobito, obilježja i procesi u trgovini zemalja s razvijenim tržišnim strukturama. Pisani rad je pristupni rad i uvjet za polaganje ispita. Ispit je usmeni.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Upoznavanje sa mjestom, značajem i ulogom trgovine kao jedne od vodećih industrija u razvijenim gospodarstvima te stjecanje znanja za razumjevanje i anticipiranje suvremenih procesa koji se odvijaju u trgovinskim strukturama razvijenih zemalja, a koji su sve prisutniji i na hrvatskom tržištu							
<b>Obvezna literatura</b>							
1. Kent, T., Ogenyi, O.: Retailing, McMillan Press, 2002., ISBN 0-333-99769-7							
2. Vulkan: The Economics of E-commerce, Princeton University Press, 2003., ISBN 0-691-08906-X							
<b>Izborna literatura</b>							
1. Freathy: Retailing Book Principles & Applications, Pitman Publishing, 2003., ISBN 0-273-65548-5							
2. Skupina autora (Redakcija P.J.McGoldrick i G.Davies): International Retailing-Trends and Strategies, Pitman Publishing, 1995., ISBN 0-273-61183-6							
3. Fernie, Moore: Principles of Retailing, Butterworth Heinemann, 2003., ISBN 0-7506-4703-5							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pisмени i usmeni</b>		X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
Interna valorizacija će se provoditi putem anonimne studentske ankete koja se provodi na kraju nastave.							



<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNI STRANI JEZIK II (ENGLISKI / NJEMAČKI)			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Ljerka Radoš, Ljerka Sedlan-König, Mirna Hocenski-Dreiseidl					
<b>Studijska godina</b>	1.	<b>Semestar</b>		II.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			3 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	15	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b> 15	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Kolegij nadograđuje i proširuje jezična znanja i vještine iz prethodnog semestra. Okvirne teme u drugome semestru uključuju područja marketinga, trgovine, financija, upravljanja ljudskim resursima i poslovanja u različitim kulturama. Studenti čitaju i interpretiraju ne-specijalističke tekstove na stranom jeziku, te ciljano uče stručni vokabular vezan uz okvirne teme. Razgovarajući o navedenim temama, studenti vježbaju prikladno i gramatički točno izraziti osnovne jezične funkcije (zamolba, prihvaćanje/odbijanje, isprika, savjet, uputa itd).</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
<p>Studenti će po uspješnom završetku moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- razumjeti i objasniti na stranom jeziku osnovne pojmove vezane uz teme navedene u sadržaju kolegija;</li> <li>- razumjeti i interpretirati raznovrsne tekstove na stranom jeziku s temama iz ovih područja;</li> <li>- prenijeti značenje nekih hrvatskih struktura i terminologije iz navedenih područja na strani jezik u prikladnom i gramatički točnom obliku.</li> </ul>						
<b>Obvezna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cotton, D., D. Falvey, S. Kent: Market Leader, Longman 2000.</li> <li>2. Mascull, Bill: Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press 2000.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Čičin- Šain Buljan, M.-Kosanović, J.-Štampalija, A.(1998): Poslovni njemački I, Mikrorad, Zagreb.</li> <li>4. Dreyer, H.-Schmitt, R.(1999): Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik, Verlag für Deutsch, Ismaning.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Špiljak, Višnja (ur.): Englesko-hrvatski poslovni rječnik, Masmedia, Zagreb, 2000.</li> <li>2. Oxford Dictionary of Business English, OUP, 1998. (ili Longman Business English Dictionary)</li> <li>3. Brieger, N., S. Sweeney: The Language of Business English, Prentice Hall 1997. ili:</li> <li>4. Emerson, P.: Business Grammar Builder, Macmillan, Oxford, 2002. ili: Duckworth. M.: Business Grammar &amp; Practice, OUP, Oxford, 2005.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Langenscheidts Großwörterbuch – Deutsch als Fremdsprache, Langenscheidt, Berlin und München, 1993.</li> <li>2. Hrvatsko-njemački poslovni rječnik po izboru</li> <li>3. Lissok, Ch.(1991): Test dein Wirtschaftsdeutsch, Langenscheidt, Berlin und München.</li> <li>4. Rodek, S.- Kosanović, J.(2004): Wirtschaftswörterbuch Deutsch-Kroatisch/Njemačko –hrvatski poslovni rječnik, Masmedia, Zagreb.</li> <li>5. Šamšalović, V(1995): Njemačko hrvatski rječnik, Colorprint, Zagreb.</li> <li>6. Jakić, B.- Hurm, A.(1991): Hrvatsko-njemački rječnik, Školska knjiga, Zagreb.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano općim aktima Fakulteta.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	STRUČNA PRAKSA IV			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	Stručni studij					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija					
<b>Studijska godina</b>	2.	<b>Semestar</b>	IV.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
					X	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>		<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	
					75	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Obavljanjem studentske prakse proširuju se teorijska znanja i upoznaju praktične vještine u robnom poslovanju. U prvom ciklusu prakse student se treba upoznati s predmetom poslovanja izabranog gospodarskog subjekta, odnosno s trgovačkom robom, ponuđenim asortimanom roba i usluga, kao i s organizacijom u kojoj je obavljao stručnu praksu (trgovačko društvo, obrtnik). U ovom ciklusu stručne prakse student treba svladati način rada i temeljne probleme gospodarskog subjekta, vezane uz njegov predmet poslovanja (tehničko – tehnološka obilježja robe ili obavljanja usluga izabranoga gospodarskog subjekta, odnosno njegove poslovne jedinice. U ovom ciklusu student se može rasporediti na jednostavne poslove.</p> <p>Student je dužan ispuniti posebni obrazac dnevnika, u kojem treba dati podatke o osobinama predmeta poslovanja i organizacijske cjeline u kojoj obavlja praksu.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Ciljevi kolegija vezani su uz upoznavanje studenta s praktičkim problemima vezanim uz obavljanje robnoga poslovanja u trgovini i logistici. Na taj način student može povezivati teorijske spoznaje svih do sada apsolviranih kolegija, a osobito iz ekonomike poduzeća, ekonomike trgovine, poznavanja prehrambene robe i organizacije poduzeća.						
<b>Obvezna literatura</b>						
Student se treba upoznati s internom dokumentacijom gospodarskoga subjekta u kojem obavlja praksu, osobito s aktima vezanim uz djelatnost toga subjekta, njegovu organizaciju i sl.						
<b>Izborna literatura</b>						
Izbornu literaturu bira student uz pomoć zaduženog mentora iz gospodarskoga subjekta, gdje se obavlja praksa (specijalizirani stručni časopisi, stručne knjige, materijali sa savjetovanja i sl.).						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Ovjeru uspješno obavljene stručne prakse student dobiva od mentora iz gospodarskoga subjekta gdje obavlja praksu. Obrasci dnevnika trebaju se pravilno ispuniti. Usmenu provjeru obavlja nositelj kolegija.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TJELESNA I ZDRAVSTVENA KULTURA				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X		<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr.sc. Vladimir Šumanović, Željko Vukić, prof.						
<b>Studijska godina</b>	1.		<b>Semestar</b>		II.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>	0						
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	0	<b>Seminari</b>	0	<b>Vježbe</b>	30	
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>Okvirni programski sadržaji obuhvaćaju sve oblike bazičnih kinezioloških disciplina- monostrukturnih, polistrukturnih acikličkih, kompleksnih i estetskih.</p> <p>Programski sadržaji koji se najčešće provode su:</p> <p>fitness, aerobika, plivanje.</p> <p>Športske igre- nogomet, rukomet, košarka, odbojka i stolni tenis.</p> <p>U navedenim športskim igrama obrađuje se i usavršava tehnika i taktika.</p> <p>Za studente oštećena zdravlja predviđeni su posebni kineziterapijski programi uvjetovani njihovim zdravstvenim potrebama.</p> <p>Studentski športski klub „Efos“ omogućuje studentima da zadovolje svoje potrebe za športskim natjecanjima i time postignu osobnu afirmaciju kao i afirmaciju svoga fakulteta.</p> <p>Odabir sadržaja u određenoj akademskoj godini ovisit će o raspoloživim materijalnim uvjetima i preferenciji studenata prema tako odabranim sadržajima.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
<p>Adekvatnim kineziološkim operatorima studenti zadovoljavaju svoje biopsihosocijalne potrebe za kretanjem čime se uvećavaju njihovi adaptivni i stvaralački potencijali, transformiraju antropološke karakteristike osobito motoričke, morfološke i funkcionalne.</p> <p>Posebni je cilj omogućiti studentima stjecanje temeljnih teorijskih i praktičnih znanja kojim se oni osposobljavaju za samostalno programiranje i provođenje procesa tjelesnog vježbanja.</p>							
<b>Obvezna literatura</b>							
<p>1.Anderson, B.; Burke, E.; Perl.B.(1997.):Fitness za sve, Zagreb, Copal.</p> <p>2.Milanović, D. i sur.(1993.): Priručnik za sportske trenere, FFK- Zagreb.</p>							
<b>Izborna literatura</b>							
<p>1. Anderson, B.(2001.): Streching, Gopal, Zagreb.</p> <p>2. Milanović, D. i sur.((1996): Fitness, FFK- Zagreb.</p> <p>3.Tićak, K.(1997): Oblikovanje tijela za žene, Astroida, Zagreb.</p> <p>4.Vukić, Ž.;Vukić,Ž.;Jančić, S.(1999): Priručnik za samostalno ciljano vježbanje studenata, Ekonomski fakultet, Osijek</p>							
<b>Način polaganja ispita - Kolegij nema ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>			<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
<p>Tijekom izvođenja nastave, kontinuirano se prati i provjerava napredovanje studenata i promjene njihovih antropoloških osobitosti a posebno, antropometrijskih, motoričkih i funkcionalnih. U tu svrhu koristi se uobičajeni mjerni instrumentarij, aktualan u primijenjenim kineziološkim područjima.</p>							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNE FINANCIJE				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X		Računovodstvo		
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Branko Novak						
<b>Studijska godina</b>		2.	<b>Semestar</b>		III.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>		
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>Uvod:          Financijsko upravljanje. Zadaci financijskih menadžera. Ciljevi financijskog menadžmenta          Financijski iskazi, financijska analiza i financijsko planiranje          Financijski iskazi. Račun dobiti i gubitka. Bilanca. Iskaz novčanog tijeka. Financijska analiza. Analiza omjera. Omjeri profitabilnosti. Omjeri korištenja imovine. Omjeri likvidnosti. Omjeri korištenja zaduženja. Financijska prognoza. Izrada planskih iskaza. Planski račun dobiti i gubitka. Novčani proračun. Planska bilanca. Metoda postotka od prodaje. Poluga u poslovanju. Operativna poluga. Financijska poluga. Kombiniranje operativne i financijske poluge.          Struktura i financiranje radnog kapitala          Priroda rasta imovine. Kontrola imovine. Načini financiranja kratkotrajne imovine. Upravljanje kratkotrajnom imovinom. Upravljanje novcem. Upravljanje utrživim vrijednosnicama. Upravljanje potraživanjima. Upravljanje zalihama. Odlučivanje o kratkoročnim izvorima financiranja. Trgovački kredit. Bankarski krediti. Financiranje pomoću komercijalnih papira. Korištenje kolaterala u kratkoročnom financiranju. Financiranje zaliha.          Dugoročna kapitalna ulaganja          Vremenska vrijednost novca. Složeno ukamaćivanje. Složeno ukamaćivanje - anuitet. Odlučivanje o kapitalnim ulaganjima. Metode rangiranja investicijskih projekata. Vrednovanje različitih pravila kod investicijskog odlučivanja. Trošak kapitala.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
U okviru ovog predmeta studenti bi dobili osnovna znanja iz područja financijskog menadžmenta, te se obučili u razumijevanju financijskih iskaza s pozicije menadžmenta, te stekli znanja u financijskom planiranju. Nadalje bi trebali savladati osnove financiranja kratkotrajne imovine raznim izvorima financiranja, te steći osnovna znanja o dugoročnim investicijama.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Novak, B.: Odlučivanje u financijskom upravljanju. Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2002.</li> <li>Brealy, A.R. and Myers, C. S.: Principles of Corporate Finance, sixth edition. Irwin McGraw Hill, Boston, 2000.</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Block, B.S. and Hirt, A.G.: Foundations of Financial management. Irwin, Homewood, Ill., 1989.</li> <li>Siegel G. Joel, Shim K. Jae and Dauber A. Nicky: Corporate Controller's Handbook of Financial Management. Prentice Hall, New Jersey, 1997.</li> <li>Weston, J.F. and Brigham, E.F.: Managerial Finance. The Dryden Press, Hinsdale, Ill.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	X
<b>Multimedija i internet</b>		X	<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>		X
<b>Laboratorij</b>			<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>		
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		X	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>		X
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
Regulirano internim aktima Fakulteta							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	MARKETING			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Mane Medić					
<b>Studijska godina</b>	2.	<b>Semestar</b>	IV.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>	6 ECTS					
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<p>Institucionalne pretpostavke tržišnog sustava privređivanja. Čimbenici tržišnog poslovanja. Uloga marketinga u ekonomskom razvoju . Marketing kao poslovna funkcija. Marketing – okruženje. Tržište. Makrookolina. Mikrookolina. Strateško planiranje marketinga. Marketing – informacijski sustav i marketing – istraživanja. Usmjeravanje ciljnim tržištima. Izbor kriterija za segmentaciju. Izbor ciljnog tržišta Planiranje i razvoj proizvoda. Marketing – miks i njegove varijable. Marketing – organizacija. Marketing – kontrola. Marketing u pojedinim gospodarskim djelatnostima i kompleksima. Industrijski marketing. Međunarodni marketing. Marketing neprofitnih organizacija. Društveni marketing. Primjena marketinga u specifičnim uvjetima. Etika u marketingu. Marketing slučajevi.</p>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Kolegijem se studenti upoznaju s bitnim odrednicama tržišnog sustava privređivanja i marketinške koncepcije i njezine primjene u gospodarskim i izvangospodarskim djelatnostima, te obrađuju pojedine slučajeve.						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bilješke s predavanja</li> <li>2. Meler, M.: Marketing, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medić, M.; Pflaum, D.; Orosdi, B.: Marketing – slučajevi – iskustva hrvatskog, mađarskog i njemačkog gospodarstva;</li> <li>2. Kotler, Ph.: Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb (2001.g. (izabrana poglavlja)</li> <li>3. Bebek, B.; Kolumbić, A.: Poslovna etika, Sinergija, Zagreb, 2000.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Anonimnim ocjenjivanjem tijekom i na kraju izvedbe programa, analizom polučeni ocjena, atraktivnošću i kvalitetom pisanih radova u okviru seminara.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNA LOGISTIKA			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>	III.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Temelji poslovne logistike.</b> Pojam poslovne logistike i poslovnog logističkog sustava. Potrebe uvođenja poslovne logistike i novog pristupa u menadžmentu poduzeća.</li> <li><b>Sustavna postavka i druga obilježja logističke koncepcije.</b> Način promatranja logističkih problema. Ukupni troškovi i ciljni konflikti. Logistička usluga. Učinkovitost logističkih sustava. Korisnost logističke koncepcije i zapreke za njezino provođenje.</li> <li><b>Logistički podsustavi poduzeća.</b> Izvršavanje narudžbi. Gospodarenje zalihama. Skladištenje. Pakiranje. Transport.</li> <li><b>Organizacijski oblici logističkog sustava u poduzeću.</b></li> <li><b>Logističke usluge i institucije prometnog gospodarstva.</b> Špedicija i posrednici, transportna poduzeća, skladišna poduzeća, utovarno – istovarna poduzeća, poduzeća za pakiranje. Pravni i organizacijski oblici poduzeća za logističke usluge. Međuorganizacijski logistički sustavi. Kooperacija u logistici.</li> <li><b>Funkcioniranje logističkih sustava.</b> Uvjeti za funkcioniranje poslovnih logističkih sustava. Makrologistička infrastruktura. Međunarodni logistički sustavi.</li> </ol>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Upoznavanje s koncepcijom poslovne logistike i razumijevanje funkcioniranja logističkih sustava i logističkih procesa trgovinskog poduzeća, te stjecanje temeljnih znanja o uvođenju logistike u praksu i o donošenju logističkih odluka.						
<b>Obvezna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Segetlija, Z.: Uvod u poslovnu logistiku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2002.</li> <li>Pfohl, H. Ch.: Logistiksysteme, VII Aufl., Springer, Berlin, 2003.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Ballou, R. H.: Business Logistics Management, V Ed., Prentice Hall, 2003.</li> <li>Segetlija, Z.; Lamza-Maronić, M.(red.): Suvremena logistika i distribucija u uvjetima globalizacije, Zbornik radova, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2004.</li> <li>Segetlija, Z.; Lamza – Maronić, M. (red.): Međunarodna poslovna logistika kao uvjet uspješnog uključivanja u europske gospodarske tokove, Zbornik radova, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2003.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	INFORMATIČKE TEHNOLOGIJE U DISTRIBUCIJI			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Maja Lamza - Maronić					
<b>Studijska godina</b>	1.		<b>Semestar</b>	II.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			4 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	20	<b>Seminari</b>	10	<b>Vježbe</b>	15
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razvoj informatičkih tehnologija (hardver, softver, mreže, indentifikacija artikala – sustavi šifriranja, jedinstvenog označavanja, linijskog kodiranja, RFID tehnologije i sl.)</li> <li>2. Poslovni informacijski sustavi trgovinskog poduzeća. Kolanje informacija u procesima nabave, prodaje i skladištenja. Informacijski sustavi u kanalima distribucije.</li> <li>3. Logistički i distribucijski sustavi i njihovo fizičko, vrijednosno i informacijsko povezivanje</li> <li>4. Elektroničko poslovanje. Posebnosti elektroničkog poslovanja trgovinskog poduzeća</li> <li>5. Projektiranje poslovnih informacijskih sustava.</li> <li>6. IT menadžment. Razvijanje informacijskog sustava u trgovinskom poduzeću .</li> </ol> <p><b>Seminarska nastava</b> odnosi se na uvid i analizu praktičnih slučajeva (posjete suvremenim trgovinskim poduzećima i poslovnim jedinicama). Student izrađuje pisani seminarski rad na zadanu temu, kao uvjet za pristupanje ispitu. Vježbe se odnose na simulaciju poslovnih procesa i praktični rad studenata na računalima.</p>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Ciljevi kolegija Informatičke tehnologije u kanalima distribucije su dvostruki: (a) upoznavanje s primjenom suvremenih informatičkih tehnologija (interneta, multimedijalnih sustava i sl.) u trgovinskom poduzeću i kod drugih sudionika u kanalima distribucije, putem predavanja, simulacije poslovnih procesa, seminara na terenu i praktičnih vježbi, i tako stvaranja uvjeta za brže uključivanje u proces rada i rješavanje praktičkih problema ; (b) upoznavanje s temeljima IT – menadžmenta.						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Segetlija, Z., Lamza – Maronić, M.: Distribucija, logistika, informatika, II. izdanje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2000.</li> <li>2. Čerić, V., Varga, M. (red.): Informacijska tehnologija u poslovanju, Element, Zagreb, 2004.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Panian, Ž.: Elektroničko trgovanje, Sinergija, Zagreb, 2000.</li> <li>2. Segetlija, Z.; Lamza – Maronić, M.: Marketing trgovine, II. izdanje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2001. (odabrana poglavlja)</li> <li>3. Kliment, A.: Tradicionalne i digitalne poslovne komunikacije, Mikrorad, Zagreb, 2003.</li> <li>4. Panian, Ž.: Izazovi elektroničkog poslovanja, Narodne novine, Zagreb, 2002.</li> <li>5. Korisni linkovi s interneta</li> <li>6. Suvremena trgovina, stručni časopis, Zagreb</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>	X	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Studentska anketa vrednovanja profesora i prolaznosti na ispitu.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNI STRANI JEZIK III (ENGLISKI / NJEMAČKI)			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Ljerka Radoš, Ljerka Sedlan-König, Mirna Hocenski-Dreiseidl					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>		III.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			3 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	15	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	15
<b>Sadržaj kolegija</b>						
Kolegij će studentima ponuditi teorijsku i praktičnu osnovu za razumijevanje procesa poslovnog dopisivanja kao preduvjet za uspješno razumijevanje, prevođenje i sastavljanje poslovnih pisama, te ih upoznati sa stručnim rječnicima gospodarske struke/poslovnog dopisivanja. Analizom različitih vrsta poslovnih pisama studenti se upoznaju s njihovim specifičnim oblicima i sadržajima (upit, ponuda, narudžba, potvrda primitka naloga, odbijanje narudžbe, opoziv narudžbe, ugovor, otpremnica, račun, opomena: kašnjenje isporuke, kašnjenje plaćanja, reklamacija). Kolegij je zamišljen tako da se studentima omogući proučavanje, razumijevanje i usvajanje morfoloških, sintaktičkih i semantičkih specifičnosti stranog jezika u funkciji struke/u poslovnom dopisivanju, te da se prevođenjem vokabulara i fraza specifičnih za pojedinu vrstu poslovnog pisma stvori preduvjet za brzo, korektno i uspješno razumijevanje, prevođenje i sastavljanje različitih vrsta poslovnih pisama sa stranog jezika na hrvatski jezik, te sa hrvatskog jezika na strani jezik.						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Stjecanje receptivne, strukturne i produktivne jezične kompetencije studenata u procesu razumijevanja i prevođenju poslovnih pisama sa stranog jezika na hrvatski jezik, te sa hrvatskog jezika na strani jezik.						
<b>Obvezna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
1. Ashley, A.: A Handbook of Commercial Correspondence, OUP, 2004.						
2. Ivir, V.: Hrvatsko-engleski poslovno-upravni rječnik, Školska knjiga, Zagreb 1993.						
<u>Njemački jezik:</u>						
1. Čičin-Šain Buljan, M. - Kosanović, J.-Štampalija, A. (2000): <i>Geschäftliches Kommunizieren-poslovno komuniciranje</i> , Mikrorad, Zagreb.						
2. Rodek, S. – Kosanović, J.(2004): <i>Wirtschaftswörterbuch Deutsch-Kroatisch / Njemačko-hrvatski poslovni rječnik</i> , Masmedia, Zagreb.						
<b>Izborna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
1. Littlejohn, A.: Company to Company, CUP 2000.						
2. Bujas, Ž.: Veliki hrvatsko-engleski rječnik, Nakladni zavod Globus, Zagreb 1999.						
<u>Njemački jezik:</u>						
1. <i>Duden – Briefe gut und richtig schreiben</i> , Dudenverlag Mannheim / Leipzig/ Wien, Zurich, 2002.						
2. Sachs, R. (2004): <i>Deutsche Handelskorrespondenz</i> , Max Hueber Verlag, Ismaning.						
3. Riegler-Poyet, M.-Boelcke, J. – Straub, B. – Thiele, P. (2000): <i>Das Testbuch Wirtschaftsdeutsch</i> , Langenscheid, Berlin, Munchen, Wien, Zurich, New York						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano općim aktima Fakulteta.						



<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	<b>STRUČNA PRAKSA V</b>			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>	
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>				
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija					
<b>Studijska godina</b>		3.		<b>Semestar</b>		V.
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	X
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>		<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	75
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Program stručne prakse u ovom se kolegiju odnosi na svladavanje poslova u sklopu pojedine poslovne funkcije: financija, računovodstva, marketinga, poslovne logistike, informatike, nabave, prodaje, kadrova. Unutar poslovnoga subjekta ili udruženja iz djelatnosti trgovine ili logističkih usluga student na taj način proširuje svoja teorijska znanja i upoznaje praktične vještine gospodarskoga subjekta koje se bavi robnim poslovanjem</p> <p>U drugom ciklusu prakse student se treba detaljno upoznati s obavljanjem poslova i procesima unutar izabrane poslovne funkcije, odnosno organizacijske jedinice gospodarskog subjekta kao i s organizacijom u kojoj je obavljao stručnu praksu (trgovačko društvo, obrtnik).</p> <p>U ovom ciklusu stručne prakse student treba svladati način rada i temeljne probleme pojedine funkcije gospodarskog subjekta, vezane uz njegove specifičnosti s obzirom na izabranu djelatnost. U ovom ciklusu stručne prakse student se treba podrobnije upoznati s organizacijom i poslovima unutar izabrane poslovne funkcije.</p> <p>Student je dužan ispuniti posebni obrazac dnevnika, u kojem treba dati podatke kako o organizaciji cijeloga poduzeća i/ili grupe, tako i o organizaciji i poslovnoj problematici vezano uz izabranu poslovnu funkciju.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Ciljevi kolegija vezani su uz upoznavanje studenta s praktičkim problemima vezanim uz obavljanje pojedine funkcije unutar robnoga poslovanja u trgovini i logistici. Na taj način student može povezivati teorijske spoznaje svih do sada apsolviranih kolegija, a osobito iz računovodstva, poslovnih financija, organizacije poduzeća, poslovne logistike, marketinga, informatike, nabavnoga poslovanja, prodajnoga poslovanja i sl.						
<b>Obvezna literatura</b>						
Student se treba upoznati s informacijskim sustavom i internom dokumentacijom gospodarskoga subjekta u kojem obavlja praksu, osobito vezano uz odvijanje pojedinih poslovnih procesa, odnosno izvršavanje pojedinih poslovnih funkcija i sl.						
<b>Izborna literatura</b>						
Izbornu literaturu bira student uz pomoć zaduženog mentora iz gospodarskoga subjekta, gdje se obavlja praksa (specijalizirani stručni časopisi, stručne knjige, materijali sa savjetovanja, web- siteovi i sl.).						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>		X	<b>Kolokvij</b>	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Ovjeru uspješno obavljene stručne prakse student dobiva od mentora iz gospodarskoga subjekta gdje obavlja praksu. Obrasci dnevnika trebaju se pravilno ispuniti. Usmenu provjeru obavlja nositelj kolegija.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TJELESNA I ZDRAVSTVENA KULTURA III				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr.sc. Vladimir Šumanović, Željko Vukić, prof.						
<b>Studijska godina</b>		2.	<b>Semestar</b>			III.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			0				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	0	<b>Seminari</b>	0	<b>Vježbe</b>	30	
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>Okvirni programski sadržaji obuhvaćaju sve oblike bazičnih kinezioloških disciplina- monostrukturalnih, polistrukturalnih acikličkih, kompleksnih i estetskih.</p> <p>Programski sadržaji koji se najčešće provode su: fitness, aerobika, plivanje.</p> <p>Športske igre- nogomet, rukomet, košarka, odbojka i stolni tenis.</p> <p>U navedenim športskim igrama obrađuje se i usavršava tehnika i taktika.</p> <p>Za studente oštećena zdravlja predviđeni su posebni kineziterapijski programi uvjetovani njihovim zdravstvenim potrebama.</p> <p>Studentski športski klub Efos omogućuje studentima da zadovolje svoje potrebe za športskim natjecanjima i time postignu osobnu afirmaciju kao i afirmaciju svoga fakulteta.</p> <p>Odabir sadržaja u određenoj akademskoj godini ovisit će o raspoloživim materijalnim uvjetima i preferenciji studenata prema tako odabranim sadržajima.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
<p>Aдекватnim kineziološkim operatorima studenti zadovoljavaju svoje biopsihosocijalne potrebe za kretanjem čime se uvećavaju njihovi adaptivni i stvaralački potencijali, transformiraju antropološke karakteristike osobito motoričke, morfološke i funkcionalne.</p> <p>Posebni je cilj omogućiti studentima stjecanje temeljnih teorijskih i praktičnih znanja kojim se oni osposobljavaju za samostalno programiranje i provođenje procesa tjelesnog vježbanja.</p>							
<b>Obvezna literatura</b>							
<p>1.Anderson, B.; Burke, E.; Perl.B.(1997.):Fitness za sve, Zagreb, Copal.</p> <p>2.Milanović, D. i sur.(1993.): Priručnik za sportske trenere, FFK- Zagreb.</p>							
<b>Izborna literatura</b>							
<p>1. Anderson, B.(2001.): Streching, Gopal, Zagreb.</p> <p>2. Milanović, D. i sur.((1996): Fitness, FFK- Zagreb.</p> <p>3.Tićak, K.(1997): Oblikovanje tijela za žene, Astroida, Zagreb.</p> <p>4.Vukić, Ž.;Vukić,Ž.;Jančić, S.(1999): Priručnik za samostalno ciljano vježbanje studenata, Ekonomski fakultet, Osijek</p>							
<b>Način polaganja ispita - Kolegij nema ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>				<b>Kolokvij</b>	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
<p>Tijekom izvođenja nastave, kontinuirano se prati i provjerava napredovanje studenata i promjene njihovih antropoloških osobitosti a posebno, antropometrijskih, motoričkih i funkcionalnih. U tu svrhu koristi se uobičajeni mjerni instrumentarij, aktualan u primijenjenim kineziološkim područjima.</p>							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	NABAVNO POSLOVANJE			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>				
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Drago Ružić					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>	IV.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Pojam, značenje, svrha, položaj i ciljevi nabave i menadžment nabave u poduzeću.</li> <li>Odlučivanje u nabavi</li> <li>Menadžment troškova nabave</li> <li>Rukovođenje u nabavi i kadrovi nabave.</li> <li>Politika nabave i strategije izvora opskrbe. Povezivanje u nabavi . Opskrbni lanac (SCM)</li> <li>Operativno planiranje nabave.</li> <li>Organizacija nabave i operativno poslovanje nabave. Računalski sustav organizacije i djelovanje nabavnog poslovanja</li> <li>Kontroling nabave</li> <li>Strategija nabave</li> </ol>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Ovladavanje teorijskim i praktičkim znanjima iz područja nabavnoga poslovanja poslovnih subjekata u suvremenim tržišnim uvjetima. Osobiti je naglasak na aktualnim trendovima korištenja suvremene informatičke tehnologije.						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Ružić, D.; Tomčić, Z.; Turkalj, Ž.: Razmjenski odnosi u marketingu – organizacija i provedba, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2002.</li> <li>Ružić, D.: e – marketing, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet u osijeku, osijek, 2003.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Ferišak, V.: Nabava: politika, strategija, organizacija, management, Zagreb, 2002.</li> <li>Ferišak, V.: Elementi managementa nabave, II. dopunjeno izdanje, Zagreb 2000.; ponovljeni tisak 2002.</li> <li>Karpati, T., Ružić, D.: Razmjenski odnosi u marketingu, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999.</li> <li>Ružić, D.: Marketinške mogućnosti Interneta, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2000.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	PRODAJNO POSLOVANJE			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>				
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Drago Ružić					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>	IV.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	15
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teorijski pristup prodaji i mjesto prodaje u marketingu.</li> <li>2. Upravljanje procesom prodaje. Istraživanje prodaje. Ponašanje kupaca i individualnih potrošača i odlučivanje o kupnji. Predviđanje i planiranje prodaje. Komunikacije u prodaji. Poslovno pregovaranje. Unapređenje prodaje. Fizička distribucija u procesima prodaje. Kontrola prodajnog poslovanja</li> <li>3. Informacijski sustav prodaje.</li> <li>4. Psihologija u procesima prodaje.</li> <li>5. Organizacija prodaje</li> <li>6. Izbor i usavršavanje prodajnog osoblja.</li> </ol> <p><b>Seminarska se nastava</b> odnosi na izučavanje slučajeva iz prakse, odnosno literature, igranje uloga i sl Na temelju teorijskih spoznaja, vlastitih iskustava i samoanalize vještina pregovaranja i vježbi igranja uloga, student izrađuje pisani seminarski rad koji se odnosi na problematiku psihologije prodaje, prodajnog razgovora, poslovnog komuniciranja u kupoprodajnim procesima ili strategije prodaje i distribucije.</p>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Ovladavanje teorijskim i praktičkim znanjima iz područja prodajnog poslovanja poslovnih subjekata u suvremenim tržišnim uvjetima. Osobiti je naglasak na psihologiji prodaje i aktualnim trendovima korištenja suvremene informatičke tehnologije.						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Ružić, D.; Tomčić, Z.; Turkalj, Ž.: Razmjenski odnosi u marketingu – organizacija i provedba, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2002.</li> <li>4. Kesic T.: Ponašanje potrošača. ADECO, Zagreb, 1999.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>11. Kotler, Ph.: Upravljanje marketingom, Prijevod IX izdanja (1997), Mate d.o.o., Zagreb, 2001. (odabrana poglavlja)</li> <li>12. Bratko, S.; Henich, V.: Obraz, R: Prodaja, Narodne novine, Zagreb, 1996.</li> <li>13. Ružić, D.: e – marketing, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2003.</li> <li>14. Ružić, D.: Marketinške mogućnosti Interneta, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2000.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>		X
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.						

Kod		Naziv kolegija	TRGOVAČKO PRAVO				
Studijski program		Trgovina	X	Računovodstvo			
Razina programa	Stručni studij						
Ime nositelja kolegija	Prof.dr.sc. Srećko Jelinić						
Studijska godina	2.		Semestar		III		
Status kolegija	Obvezni studija	X	Obvezni smjera	X	Izborni studija	Izborni smjera	
ECTS koeficijent opterećenja studenta			4 ECTS				
Broj sati po semestru	Predavanja	30	Seminari	15	Vježbe		
Sadržaj kolegija							
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Opće napomene o pravu, pravnom sustavu i osnovama hrvatskog gospodarstva.</b></li> <li><b>Nositelji gospodarskog poslovanja i subjekti prometa robe i usluga .</b></li> <li><b>Subjekti gospodarskog poslovanja u pravnom sustavu.</b> Osnivanje, ustrojstvo, prestanak postojanja. Odgovornost za imovinske obveze trgovačkih društava i trgovaca pojedinaca. Vrste trgovačkih društava. Povezana društva. Pripajanje i spajanje. Društva kapitala. Preoblikovanje društava. Gospodarsko interesno udruženje.</li> <li><b>Poslovi prometa roba i usluga.</b> Opća pitanja. Sklapanje ugovora. Sredstva za pojačanje ugovornih obveza. Prestanak obveza. Ispunjavanje obveza. Ugovorna i izvanugovorna odgovornost. Najznačajnije i najčešće trgovačke transakcije. Osnove prava o vrijednosnim papirima i kartičnom poslovanju. Arbitražno i sudsko rješavanje sporova i mirenje.</li> <li><b>Pravo konkurencije u unutarnjem prometu.</b> Temelji prava konkurencije. Nelojalna utakmica. Monopolističko djelovanje. Nedopuštene koncentracije. Zaštita slobodnog tržišnog natjecanja.</li> </ol> <p><b>Seminarska nastava</b> Seminarska se nastava 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. Ispit je usmeni, a prethode mu dva neobavezna kolokvija i pisani seminarski rad.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Cilj je predmeta upoznavanje s pravnim sustavom i jasnim određenjem svih pravnih mehanizama i instituta, koji omogućuju početak poslovanja i njegovo odvijanje. Osim toga, studenti trebaju steći temeljna znanja o tehnici i pravnim posljedicama pregovaranja, o značenju urednog ispunjavanja ugovorenih obveza – postizanju dodatne sigurnosti za očekivano dodatno ispunjenje obaveza druge strane i o pristupu rješavanju trgovačkih sporova.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Jelinić, S.: Prinosi izučavanju prava trgovačkih društava, Osijek, 1996. (u pripremi novo izmijenjeno izdanje)</li> <li>Jelinić, S. : Ugovori (skripta, u pripremi).</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Gorenc, V.: Trgovačko pravo – ugovori, Školska knjiga, Zagreb, 1997.</li> <li>Gorenc, V.: Trgovačko pravo – društva, Školska knjiga, Zagreb, 1998.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
Predavanja	45	Seminari i radionice	15	Vježbe		Samostalni zadaci	
Multimedija i internet		Obrazovanje na daljinu			Konzultacije		
Laboratorij		Terenska nastava			Mentorski rad		
<b>Način polaganja ispita</b>							
Usmeni		Pismeni i usmeni	X	Kolokvij		X	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	RAČUNOVODSTVO TRGOVINSKIH PODUZEĆA			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Petar Proklin					
<b>Studijska godina</b>	2.	<b>Semestar</b>	III			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	-	<b>Vježbe</b>	15
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
Računovodstvena i financijska evidencija u trgovini. Trgovina na veliko – roba u skladištu. Kalkulacije u trgovini na veliko. Nabava i uskladištenje robe. Uvoz trgovačke robe. Prodaja robe na veliko, u tranzitu, u komisiji i u konsignaciji. Trgovina na malo – roba u vlastitim prodavaonicama. Nabava robe i zaduženje prodavaonice. Kalkulacija maloprodajne cijene. Prodaja robe u trgovini na malo. Roba u slobodnoj zoni, u doradi, u obradi i u manipulaciji. Popisne razlike u trgovini na veliko i u trgovini na malo. Vrijednosno usklađenje zaliha robe. Rabat u funkciji marže.						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Cilj ovoga predmeta je upoznavanje studenata s teorijskim i stručnim osnovama računovodstvene evidencije u trgovini na veliko i u trgovini na malo.						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
1. Grupa autora: Računovodstvo poduzetnika, RIF, Zagreb, 2006.						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>	X	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano je internim aktima Fakulteta i provedbom ankete studenata.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNI STRANI JEZIK IV (ENGLISKI / NJEMAČKI)			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr. sc. Ljerka Sedlan-König, Ljerka Radoš, Mirna Hocenski-Dreiseidl					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>		IV.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			3 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	15	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	
					15	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Kolegij usavršava i proširuje znanja i vještine iz prethodnih semestara, a sadržajno se povezuje s ostalim predmetima studija.</p> <p>Okvirne teme u četvrtome semestru uključuju globalizaciju, međunarodnu trgovinu, poduzetništvo, inovacije, menadžment, računovodstvo, burze i bankarstvo. Studenti čitaju i interpretiraju specijalističke tekstove na stranom jeziku, te ciljano uče stručni vokabular vezan uz okvirne teme.</p> <p>Razgovarajući o navedenim temama, studenti uče prikladno i gramatički točno izraziti različite jezične funkcije (uspoređivanje, kontrastiranje, argumentiranje, uzrok i posljedica, predlaganje, uvjetovanje itd).</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
<p>Studenti će po uspješnom završetku moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- razumjeti i objasniti na stranom jeziku osnovne pojmove vezane uz teme navedene u sadržaju kolegija;</li> <li>- razumjeti i interpretirati specijalističke tekstove na stranom jeziku o navedenim temama koji potječu iz raznovrsnih izvora;</li> <li>- prenijeti značenje nekih hrvatskih struktura i terminologije iz navedenih područja na strani jezik u prikladnom i gramatički točnom obliku.</li> </ul>						
<b>Obvezna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cotton, D., D. Falvey, S. Kent: Market Leader, Longman 2000.</li> <li>2. Mascull, Bill: Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press 2000.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Čičin- Šain Buljan, M.-Kosanović, J.-Štampalija, A.(1999): Poslovni njemački II Mikrorad, Zagreb.</li> <li>2. Dreyer, H.-Schmitt, R.(1999): Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik, Verlag für Deutsch, Ismaning.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
<p>Pored literature navedene u prethodnim semestrima, preporučuju se sljedeći naslovi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oxford Interactive Study Dictionary of Business and Computing English CD-ROM, OUP, 2000.</li> <li>2. Strutt, P.: Longman Business English Usage, Longman 1992.</li> <li>3. Časopisi: Financial Times, The Economist, Business Week, itd.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Langenscheidts Großwörterbuch – Deutsch als Fremdsprache, Langenscheidt, Berlin und München, 1993.</li> <li>5. Hrvatsko-njemački poslovni rječnik po izboru</li> <li>6. Lissok, Ch.(1991): Test dein Wirtschaftsdeutsch, Langenscheidt, Berlin und München.</li> <li>7. Rodek, S.- Kosanović, J.(2004): Wirtschaftswörterbuch Deutsch-Kroatisch/Njemačko –hrvatski poslovni rječnik, Masmedia, Zagreb.</li> <li>8. Šamšalović, V(1995): Njemačko hrvatski rječnik, Colorprint, Zagreb.</li> <li>9. Jakić, B.- Hurm, A.(1991): Hrvatsko-njemački rječnik, Školska knjiga, Zagreb.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano općim aktima Fakulteta.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TJELESNA I ZDRAVSTVENA KULTURA IV.				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr.sc. Vladimir Šumanović, Željko Vukić, prof.						
<b>Studijska godina</b>		2.	<b>Semestar</b>	IV.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	<b>X</b>	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			0				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	0	<b>Seminari</b>	0	<b>Vježbe</b>	30	
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>Okvirni programski sadržaji obuhvaćaju sve oblike bazičnih kinezioloških disciplina- monostrukturnih, polistrukturnih acikličkih, kompleksnih i estetskih.</p> <p>Programski sadržaji koji se najčešće provode su: fitness, aerobika, plivanje.</p> <p>Športske igre- nogomet, rukomet, košarka, odbojka i stolni tenis.</p> <p>U navedenim športskim igrama obrađuje se i usavršava tehnika i taktika.</p> <p>Za studente oštećena zdravlja predviđeni su posebni kineziterapijski programi uvjetovani njihovim zdravstvenim potrebama.</p> <p>Studentski športski klub Efos omogućuje studentima da zadovolje svoje potrebe za športskim natjecanjima i time postignu osobnu afirmaciju kao i afirmaciju svoga fakulteta.</p> <p>Odabir sadržaja u određenoj akademskoj godini ovisit će o raspoloživim materijalnim uvjetima i preferenciji studenata prema tako odabranim sadržajima.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
<p>Adekvatnim kineziološkim operatorima studenti zadovoljavaju svoje biopsihosocijalne potrebe za kretanjem čime se uvećavaju njihovi adaptivni i stvaralački potencijali, transformiraju antropološke karakteristike osobito motoričke, morfološke i funkcionalne.</p> <p>Posebni je cilj omogućiti studentima stjecanje temeljnih teorijskih i praktičnih znanja kojim se oni osposobljavaju za samostalno programiranje i provođenje procesa tjelesnog vježbanja.</p>							
<b>Obvezna literatura</b>							
<p>1.Anderson, B.; Burke, E.; Perl.B.(1997.):Fitness za sve, Zagreb, Copal.</p> <p>2.Milanović, D. i sur.(1993.): Priručnik za sportske trenere, FFK- Zagreb.</p>							
<b>Izborna literatura</b>							
<p>1. Anderson, B.(2001.): Streching, Gopal, Zagreb.</p> <p>2. Milanović, D. i sur.((1996): Fitness, FFK- Zagreb.</p> <p>3.Tićak, K.(1997): Oblikovanje tijela za žene, Astroida, Zagreb.</p> <p>4.Vukić, Ž.;Vukić,Ž.;Jančić, S.(1999): Priručnik za samostalno ciljano vježbanje studenata, Ekonomski fakultet, Osijek</p>							
<b>Način polaganja ispita - Kolegij nema ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
<p>Tijekom izvođenja nastave, kontinuirano se prati i provjerava napredovanje studenata i promjene njihovih antropoloških osobitosti a posebno, antropometrijskih, motoričkih i funkcionalnih. U tu svrhu koristi se uobičajeni mjerni instrumentarij, aktualan u primijenjenim kineziološkim područjima.</p>							



<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	KOMUNICIRANJE S TRŽIŠTEM			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>				
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Mane Medić					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>	IV.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni smjera</b> X	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			4 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p><b>Komuniciranje s tržištem kao instrument marketinga.</b> Proces komuniciranja. Definiranje pojma komuniciranja s tržištem. Komunikacijska infrastruktura. Ciljevi i funkcija promocije u integralnom marketingu. Promocijski mix.</p> <p><b>Psihologija kupca – potrošača.</b> Potrebe, motivi i stavovi. Donošenje odluke o kupnji. <b>Ekonomska propaganda.</b> Pojam, nastanak i oblici ekonomske propagande.</p> <p><b>Odnosi s javnošću i publicitet.</b></p> <p><b>Unapređenje prodaje.</b></p> <p><b>Osobna prodaja.</b> Kultura poslovnog komuniciranja. Psihologija osobnog komuniciranja. Vođenje poslovnih razgovora. Organizacija promocijskih aktivnosti.</p> <p><b>Granične promocijske aktivnosti.</b> Usluge (servis) potrošačima. Ambalaža. Dizajn. Propaganda «od-usta-do-usta».</p> <p><b>Posebna područja propagande.</b> Društvena propaganda. Politička propaganda.</p> <p><b>Novi oblici marketinškog komuniciranja.</b> Interaktivno komuniciranje. Integrirane marketinške komunikacije. Suvremeni vidovi marketinškog komuniciranja – elektroničko komuniciranje, video conferencing. E-mail. WEB. Fax.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Komunikacijske tehnike i vještine implementirane u konkretne slučajeve						
<b>Obvezna literatura</b>						
1. Meler, M; Promocija, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1997.g.						
<b>Izborna literatura</b>						
1. Kesić, T; Integrirana marketinška komunikacija, Opinio, Zagreb, 2003.g.						
2. Osredečki, E; Poslovno komuniciranje, Mate d.o.o, Zagreb, 1997.g.						
3. Sudar, J. Keller, G; Promocija, Informator, Zagreb, 1991.g.						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Anonimnim ocjenjivanjem tijekom i na kraju izvedbe programa, analizom polučenih ocjena, atraktivnošću tema i kvalitetom pisanih radova u okviru seminara.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	e - MARKETING			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>	
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>				
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Drago Ružić					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>	IV.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni smjera</b>	X
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			4 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	25	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	20
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Elektroničko okružje gospodarskih subjekata.</li> <li>Internet. Internetski servisi. Mobilni Internet.</li> <li>Elektronički marketing. Tehnike e – marketinga. e – Marketing informacijski sustav. e – marketing – istraživanja</li> <li>proizvodi i usluge u e – okružju</li> <li>e- komunikacija</li> <li>e- distribucija i poslovni modeli</li> <li>Plaćanje u e – trgovini</li> <li>Uslužni modeli na Internetu</li> <li>Slučajevi primjene e – marketinga: e – marketing u turizmu i ugostiteljstvu; e – marketing u bankarstvu.</li> </ol> <p><b>Seminarska nastava:</b> Seminarska nastava odnosi se na uvid i analizu praktičnih slučajeva (posjete suvremenim trgovinskim poduzećima i poslovnim jedinicama). Student izrađuje pisani seminarski rad na zadanu temu, kao uvjet za pristupanje ispitu. Vježbe se odnose na simulaciju poslovnih procesa i praktični rad studenata na računalima.</p>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
Upoznavanje s osobitostima virtualnog elektroničkog tržišta ( <i>cyber</i> tržišta) i tehnologijom i tehnikama aplikacije marketinga na tom tržištu.						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Ružić, D.: e – Marketing, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2003.</li> <li>Čerić, V., Varga, M. (red.): Informacijska tehnologija u poslovanju, Element, Zagreb, 2004.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Strauss, Juddy; Frost, R.: E – marketing, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2001.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>				<b>Kolokvij</b>
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	UPRAVLJANJE OPSKRBNIM LANCEM (SCM)			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Doc.dr.sc. Josip Mesarić					
<b>Studijska godina</b>	2.		<b>Semestar</b>	IV.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>	6 ECTS					
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija (max. pola stranice teksta)</b>						
<p><b>1. Temelji upravljanja opskrbnim lancem.</b> Osnove upravljanja opskrbnim lancem: model, sadržaj, ciljevi i pokazatelji.</p> <p><b>2. Temeljni procesi u opskrbnom lancu.</b> Distribucija, proizvodnja, nabava, istraživanje i razvoj.</p> <p><b>3. Integracija opskrbnoga lanca.</b> Informacijski, planski i upravljački sustavi, organizacija, ljudski resursi.</p> <p><b>Seminarska nastava</b> Uvođenje predstavljenih koncepcija za koordinirano planiranje i upravljanje materijalnim i informacijskim tokovima u vrijednosnim lancima osvjetljava se na seminarskoj nastavi na kojoj studenti izlažu rješenja svojih zadataka za vježbu. U tome smislu student je dužan izraditi pisani seminarski rad. Ispit je usmeni, a prethodi mu pismeni seminar i održana rasprava.</p>						
<b>Ciljevi kolegija (opće i specifične kompetencije, znanja i vještine koje student stiče kolegijem)</b>						
<p>Studenti trebaju shvatiti "Upravljanje opskrbnim lancem" (Supply Chain Management) kao suvremenu menadžmentsku koncepciju za unapređenje poslovanja poduzeća i upoznati mogućnosti rješavanja različitih problema s pomoću postavki ove koncepcije.</p>						
<b>Obvezna literatura (navesti 2 recentna naslova)</b>						
<p>1. Pfohl, H. Chr. (Hrsg.): Supply Chain Management: Logistik plus?, Springer, 2000.</p> <p>2. Segetlija, Z.; Lamza – Maronić, M. (red.): Suvremena logistika i distribucija u uvjetima globalizacije, Zbornik radova, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2004.</p>						
<b>Izborna literatura (navesti max. 5 recentnih radova)</b>						
<p>Čerić, V.; Varga, M. (red.): Informacijska tehnologija u poslovanju, Element, Zagreb, 2004</p>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	MENADŽMENT U TRGOVINI				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija						
<b>Studijska godina</b>	3.			<b>Semestar</b>	V.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	<b>X</b>	<b>Obvezni smjera</b>	<b>X</b>	<b>Izborni studija</b>		<b>Izborni smjera</b>
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>				6 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Uvodno o trgovinskom menadžmentu.</b> Strukturne promjene i strategijsko upravljanje u trgovini. Struktura suvremene trgovine: tržište i trgovinski poslovni subjekti i trgovinske poslovne jedinice. Teorije i koncepcije promjena trgovinskih oblika. Trgovinski menadžment, strategije u sklopu trgovinskog menadžmenta i njihov razvoj.</li> <li><b>Strategije trgovinskih poslovnih subjekata.</b> Marketing strategija. Financijska strategija. Integrirane strategije. Modeli profitabilnosti. Menadžment proizvodnosti. Menadžment profitabilnosti. Menadžment konkurentnosti.</li> <li><b>Strategija organizacijskih promjena.</b> Strategija i struktura. Izgradnja organizacijske strukture. Organizacija i kadrovi.</li> <li><b>Etička i pravna ograničenja slobode trgovinskog poduzetništva</b></li> <li><b>Budućnost trgovinskog menadžmenta.</b> <b>Seminarska nastava:</b> Seminarska se nastava odnosi na izučavanje slučajeva iz prakse (<i>case study</i>). Na temelju teorijskih i praktičkih znanja student je dužan izraditi pisani seminarski rad koji se odnosi na problematiku osmišljavanja i menadžmenta (npr. strategije, organizacije i sl.) za odabrani gospodarski subjekt ili kooperacijsku tvorevinu.</li> </ol>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Upoznavanje s poslovnom koncepcijom menadžmenta u trgovinskoj djelatnosti, te stjecanje temeljnih znanja o menadžmentu u gospodarskim subjektima iz trgovinske djelatnosti.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Segetlija, Z.: Trgovinsko poslovanje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2006.</li> <li>Segetlija, Z.; Lamza-Maronić, M.: Strategija maloprodaje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999.</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Lerchenmüller, M.: Handelsbetriebslehre, Verlag Kiehl, 2003.</li> <li>Liebmann, H. P.; Zentes, J.: Handelsmanagement, Verlag Vahlen, 2001.</li> <li>Sternquist, Brenda: International Retailing, Fairchild Books, 1998.</li> <li>Berman, B.; Dessler, G. R.: Retail Management: A Strategic Approach Prentice Hall, 2003.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>	<b>X</b>	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>			<b>X</b>
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TRŽIŠTE I DISTRIBUCIJA POLJOPRIVREDNO – PREHRAMBENIH PROIZVODA				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdravko Tolušić						
<b>Studijska godina</b>	3.		<b>Semestar</b>	V.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	<b>X</b>	<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>1. <b>Mjesto tržišta u sustavu znanosti i temeljne karakteristike teorije tržišta kao znanstvene discipline.</b></p> <p>2. <b>Tržište.</b> 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. <b>Distribucijski sustav poljoprivredno – prehrambenih proizvoda.</b> 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><b>Seminarska nastava</b> Seminarska se nastava 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. Ispit je usmeni, a prethodi mu pisani seminarski rad.</p>							
<b>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>Obvezna literatura</b>							
1. Baban, Lj.: Tržište, II. izdanje, Školska knjiga, Zagreb 1991. 2. Kohls L.R. Uhl N.J.: Marketing of Agricultural Products, Prentice Hall, NeW Jersey, 2002.							
<b>Izborna literatura</b>							
1. Kolega, A., Božić, M.: Hrvatsko poljodjelsko tržište, Tržništvo Zagreb, Zagreb, 2001. 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 3. Marušić, M., Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb 1997. 4. Segetlija, Z.: Distribucija, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek 2006. 5. Vojnović, D.: Europske zemlje u tranziciji – dostignuća, problemi i očekivanja, Hrvatska gospodarska revija, Vol. 46, Br. 6, Lipanj 1997., str. 665-678							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	<b>X</b>	<b>Kolokvij</b>			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TRANSPORTNO PRAVO I ŠPEDIICIJA				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr.sc. Srećko Jelinić						
<b>Studijska godina</b>		3.		<b>Semestar</b>		V.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	<b>X</b>	<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			4 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Uvod u transportno pravo.</b> Opće napomene o transportnom pravu. Pravna regulacija pojedinih vrsta transporta.</li> <li>2. <b>Suvremeni razvoj transportnih sredstava i način sklapanja ugovora o prijevozu</b></li> <li>3. <b>Teorijski i praktički aspekti poslova vezanih uz transport robe.</b></li> <li>4. <b>Pravna regulacija transporta u Republici Hrvatskoj i u pojedinim europskim zemljama.</b> Međunarodno transportno pravo.</li> </ol> <p><b>Seminarska nastava</b> Seminarska se nastava 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. Ispit je usmeni, a prethode mu dva neobavezna kolokvija i pisani seminarski rad.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Cilj je predmeta pružanje sustavnih znanja o pravnim odnosima u transportu, o odgovornosti prijevoznika u pravnom režimu za pojedine vrste prijevoza, s posebnim naglaskom na mjesto i ulogu špedicije u transportu roba.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zelenika, R.: Špediterovo pravo, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2001.</li> <li>2. Pravni propisi – «Narodne novine», Službeni list Republike Hrvatske, Zagreb</li> <li>3. Predavanja</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
1. Jakaša, B.: Kopneno i zračno saobraćajno pravo, Informator, Zagreb, 1969.							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>X</b>	<b>Kolokvij</b>	<b>X</b>	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNA ETIKA					
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	Računovodstvo				
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>							
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof. dr. sc. Antun Šundalić							
<b>Studijska godina</b>	3.		<b>Semestar</b>			V.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	-	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni studija</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			3 ECTS					
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	-		
<b>Sadržaj kolegija</b>								
<p><b>Društvo i kultura</b> kao socijalizacijski okvir moralnog djelovanja. Od etike (antropocentrizam) k bioetici (ekocentrizam): održivi razvoj kao nova koncepcija gospodarenja.</p> <p><b>Etika i moral</b> u funkciji regulacije odnosa u društvu. Društvene institucije i etičke norme, zakoni i pravo kao institucionalno nametnute obveze u etici poslovnog ponašanja. Ljudska prava – samoodređenje, sloboda, vlasništvo, život.</p> <p><b>Povjerenje i nepovjerenje</b> – kao temelj socijalnog kapitala, kao tipovi odnosa u poduzeću. Etika povjerenja. Odgovornost kao motivirajući činitelj. Etička dimenzija odgovornosti u odnosu poslodavac – posloprimac.</p> <p><b>Poslovna etika</b> – pojam i određenje. Vrline i načela u poslovnoj etici.</p> <p><b>Poduzetnička etika</b> – prema gospodarskom poretku, prema duhovno ideologijskom temelju, prema političkom poretku. Etička strana uspješnosti poduzeća: utilitarna, moralna i načela pravедnosti. Menedžerska etika i poslovna politika.</p> <p><b>Etika u marketingu</b> i društvena odgovornost.</p>								
<b>Ciljevi kolegija</b>								
Cilj je predmeta u obrazovanju studenata na pitanjima <i>etike i morala</i> , te njihove aplikacije u <i>svijet poslovnih odnosa</i> . Bitno je naglašavanje važnosti etike kako u povijesnom razvoju kapitalizma, tako i u suvremenom globalnom kapitalizmu kojemu je jedno od važnih uporišta u jačanju <i>socijalnog kapitala</i> , kako u nacionalnim tako i u globalnom gospodarstvu.								
<b>Obvezna literatura</b>								
1. Bebek, B. – Kolumbić, A. (2000.) <i>Poslovna etika</i> , Zagreb, Sinergija. 2. MacLagan, Patrick (1998.) <i>Management and Morality</i> , London, SAGE Publications.								
<b>Izborna literatura</b>								
1. Klose, Alfred (1996.) <i>Poduzetnička etika</i> , Zagreb, Školska knjiga. 2. Meler, Marcel (2005.) <i>Etika u marketingu i društvena odgovornost</i> , u knjizi M. Meler: Osnove marketinga, Osijek, Ekonomski fakultet Sveučilišta J.J. Strossmayer. 3. Weber, Max (1968.) <i>Protestantska etika i duh kapitalizma</i> , Sarajevo, Logos. 4. Fukuyama, Francis (2000.) <i>Povjerenje</i> , Zagreb, Izvori. 5. Šundalić, Antun (2004.) <i>Vrijednost socijalnog kapitala</i> , poglavlje u knjizi A. Šundalić: <i>Hrvatsko društvo i integracijski procesi</i> , Osijek, Matica hrvatska, str. 63-103.								
<b>Struktura nastave:</b>								
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>		<b>Vježbe</b>	-	<b>Samostalni zadaci</b>	-	
<b>Multimedija i internet</b>	-	<b>Obrazovanje na daljinu</b>	-	<b>Konzultacije</b>	-			
<b>Laboratorij</b>	-	<b>Terenska nastava</b>	-	<b>Mentorski rad</b>	-			
<b>Način polaganja ispita</b>								
<b>Usmeni</b>	-	<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>	-			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>								
Kontrola uspješnosti pristupnih radova, pohađanja predavanja te postotka položenih ispita u predviđenom roku.								

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNI STRANI JEZIK V (ENGLISKI / NJEMAČKI)			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr. sc. Ljerka Sedlan-König, Ljerka Radoš, Mirna Hocenski-Dreiseidl					
<b>Studijska godina</b>	3.	<b>Semestar</b>		V.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			3 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	15	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b> 15	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Kolegij obrađuje poslovno telefoniranje, sudjelovanje u raspravama i poslovnim sastancima. Poslovne vještine će se usavršavati uz korištenje audio i video – materijala. Studenti će slušati i analizirati uspješne telefonske razgovore, diskusije i sastanke na stranom jeziku. Nakon uvođenja vokabulara i struktura, studenti će rješavati zadatke za vježbu te sudjelovati u igri uloga i simulacijama, tijekom kojih će moći provjeriti i testirati svoje znanje.</p> <p>Kod telefoniranja će se poseban naglasak staviti na sljedeće znanje i vještine: predstavljanje, uspostavljanje veze, razumijevanje snimljenih poruka, dogovaranje sastanaka, provjeravanje informacija putem telefona, rješavanje pritužbi. Studenti će, također, uvježbavati jezične strukture i vještine koje su potrebne za sudjelovanje u diskusijama i poslovnim sastancima na stranom jeziku. Poseban će naglasak biti na sljedećim znanjima i vještinama: karakteristike dobrih i loših sastanaka, vođenje poslovnih sastanaka, iznošenje mišljenja, prijedloga i argumenata, prihvaćanja i odbijanja prijedloga.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Ponuditi studentima alate za učinkovito i samouvjereno snalaženje u raznim poslovnim situacijama. Nakon odslušanog kolegija studenti će moći razumjeti telefonske poslovne razgovore, diskusije i poslovne sastanke, te učinkovito koristiti strukture i vještine, potrebne za aktivno sudjelovanje u takvim poslovnim situacijama.						
<b>Obvezna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sweeney, S. : English for Business Communication (Communicating to Business) CUP, 2000.</li> <li>2. Cotton, D., D. Falvey, S. Kent: Market Leader, Longman 2000.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eismann, V. (2000).: Wirtschaftskommunikation Deutsch I, Langenscheidt, Berlin und München;</li> <li>2. Dreyer, H.-Schmitt, R.(1999): Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik, Verlag für Deutsch, Ismaning.</li> </ol>						
<b>Izborna literatura</b>						
<u>Engleski jezik:</u>						
Pored rječnika i priručnika. navedenih u prethodnim semestrima, preporučuju se sljedeći naslovi:						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bruce, K.: Telephoning, Longman, 1992.;</li> <li>2. O'Driscoll, N.; A. Pilbeam: Meetings and Discussions, Longman, 1992.</li> </ol>						
<u>Njemački jezik:</u>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Langenscheidts Großwörterbuch – Deutsch als Fremdsprache, Langenscheidt, Berlin und München, 1993.</li> <li>2. Hrvatsko-njemački poslovni rječnik po izboru</li> <li>3. Riegler-Poyert, M.- Boelcke, J.- Straub, B.- Thiele, P. (2000): Das Testbuch Wirtschaftsdeutsch, Langenscheidt, Berlin, München, Wien, Zürich, New York</li> <li>4. Rodek, S.- Kosanović, J. (2004): Wirtschaftswörterbuch Deutsch/Kroatisch/ Njemačko-hrvatski poslovni rječnik, Masmedia, Zagreb.</li> <li>5. Šamšalović, V(1995): Njemačko hrvatski rječnik, Colorprint, Zagreb.</li> <li>6. Jakić, B.- Hurm, A.(1991): Hrvatsko-njemački rječnik, Školska knjiga, Zagreb.</li> </ol>						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Regulirano općim aktima Veleučilišta.						



<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	<b>STRUČNA PRAKSA VI</b>			
<b>Studijski program</b>	<b>Trgovina</b>		<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija					
<b>Studijska godina</b>	3.	<b>Semestar</b>	VI.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	<b>X</b>	<b>Izborni smjera</b>	
					<b>X</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>		<b>Seminari</b>	<b>Vježbe</b>	75	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>U ovome četvrtom ciklusu stručne prakse studenti rade na poslovima i na svladavanju poslova u sklopu pojedine poslovne funkcije, ali vezano uz odnose s kupcima, odnosno s dobavljačima (nabava, prodaja, marketing, financije, informacijska povezanost, SCM, CRM). Tako student proširuje svoja teorijska znanja i upoznaje praktične vještine vezane uz odnos između gospodarskoga subjekta i njegove poslovne okoline i njegovoga vrijednosnog lanca. Završetkom četvrtog ciklusa stručne prakse student je već upoznao mjesto gospodarskoga subjekta na tržištu i u društvu (njegovu mikrookolinu i makrookolinu).</p> <p>U ovom ciklusu prakse student se treba upoznati s odnosima na tržištu i s organima šire i uže društvene zajednice, te s različitim izvangospodarskim organizacijama i udrugama.</p> <p>U ovome ciklusu stručne prakse studenti se trebaju upoznati i s mogućnostima razvoja i izrade strategije gospodarskoga subjekta u kojem su obavili barem dva prethodna ciklusa. Razvoj se može odnositi na uvođenje određenih menadžmentskih koncepcija, na implementaciju novoga informacijskoga sustava, na marketinšku strategiju i sl.. Ovaj ciklus stručne prakse je kruna ukupnog rada studenta u praksi i svladavanja teorijskoga dijela gradiva.</p> <p>Ovaj ciklus stručne prakse treba poslužiti za pripremu koncepta završnoga rada studenta.</p> <p>U ovom, petom ciklusu prakse student se treba upoznati s razmišljanjima i stremljenjima menadžmenta tvrtke u kojoj se obavljala stručna praksa. Osim toga, student se treba upoznati s određenim studijama, elaboratima, analizama, planovima i sl. tvrtke u kojoj obavlja stručnu praksu..</p> <p>.Kao i kod prethodnih ciklusa stručne prakse, student je dužan ispuniti posebni obrazac dnevnika, u kojem treba dati podatke kako o organizaciji cijeloga poduzeća i/ili grupe, tako i o organizaciji i poslovnoj problematici vezano uz odnose gospodarskoga subjekta s drugim (kupcima, dobavljačima, konkurentima, organima države, organima lokalne uprave i samouprave, stručnim udruženjima i sl.).</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Ciljevi kolegija vezani su uz upoznavanje studenta s djelovanjem u njegovom okružju i potrebom njegovanja dobrih poslovnih odnosa s kupcima i s dobavljačima, ali i dobrih javnih odnosa (odnosi s javnošću). Ovo upoznavanje služi kao temelj za kasnija promišljanja razvijanja odnosa suradnje s kupcima, odnosno s dobavljačima i daljnjeg udruživanja.						
<b>Obvezna literatura</b>						
Student se treba upoznati s materijalima koje gospodarski subjekt dobiva od udruga čiji je član ili s drugim inicijativama vezanim kako uz poslovno povezivanje tako i uz suradnju s izvangospodarskim subjektima. Student se, osobito, treba upoznati s informacijskim sustavom gospodarskoga subjekta i njegovom povezanošću s informacijskim sustavima kupaca i dobavljača.						
<b>Izborna literatura</b>						
Izbornu literaturu bira student uz pomoć zaduženog mentora iz gospodarskoga subjekta, gdje se obavlja praksa (specijalizirani stručni časopisi, stručne knjige, materijali sa savjetovanja, web- siteovi, zakonski propisi i sl.).						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	<b>X</b>	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Ovjeru uspješno obavljene stručne prakse student dobiva od mentora iz gospodarskoga subjekta gdje obavlja praksu. Obrasci dnevnika trebaju se pravilno ispuniti. Usmenu provjeru obavlja nositelj kolegija.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TJELESNA I ZDRAVSTVENA KULTURA V.				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr.sc. Vladimir Šumanović, Željko Vukić, prof.						
<b>Studijska godina</b>		3.	<b>Semestar</b>	V.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			0				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	0	<b>Seminari</b>	0	<b>Vježbe</b>	30	
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>Okvirni programski sadržaji obuhvaćaju sve oblike bazičnih kinezioloških disciplina- monostrukturnih, polistrukturnih acikličkih, kompleksnih i estetskih.</p> <p>Programski sadržaji koji se najčešće provode su:</p> <p>fitness, aerobika, plivanje.</p> <p>Športske igre- nogomet, rukomet, košarka, odbojka i stolni tenis.</p> <p>U navedenim športskim igrama obrađuje se i usavršava tehnika i taktika.</p> <p>Za studente oštećena zdravlja predviđeni su posebni kineziterapijski programi uvjetovani njihovim zdravstvenim potrebama.</p> <p>Studentski športski klub Efos omogućuje studentima da zadovolje svoje potrebe za športskim natjecanjima i time postignu osobnu afirmaciju kao i afirmaciju svoga fakulteta.</p> <p>Odabir sadržaja u određenoj akademskoj godini ovisit će o raspoloživim materijalnim uvjetima i preferenciji studenata prema tako odabranim sadržajima.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
<p>Aдекватnim kineziološkim operatorima studenti zadovoljavaju svoje biopsihosocijalne potrebe za kretanjem čime se uvećavaju njihovi adaptivni i stvaralački potencijali, transformiraju antropološke karakteristike osobito motoričke, morfološke i funkcionalne.</p> <p>Posebni je cilj omogućiti studentima stjecanje temeljnih teorijskih i praktičnih znanja kojim se oni osposobljavaju za samostalno programiranje i provođenje procesa tjelesnog vježbanja.</p>							
<b>Obvezna literatura</b>							
<p>1.Anderson, B.; Burke, E.; Perl.B.(1997.):Fitness za sve, Zagreb, Copal.</p> <p>2.Milanović, D. i sur.(1993.): Priručnik za sportske trenere, FFK- Zagreb.</p>							
<b>Izborna literatura</b>							
<p>1. Anderson, B.(2001.): Streching, Gopal, Zagreb.</p> <p>2. Milanović, D. i sur.((1996): Fitness, FFK- Zagreb.</p> <p>3.Tićak, K.(1997): Oblikovanje tijela za žene, Astroida, Zagreb.</p> <p>4.Vukić, Ž.;Vukić,Ž.;Jančić, S.(1999): Priručnik za samostalno ciljano vježbanje studenata, Ekonomski fakultet, Osijek</p>							
<b>Način polaganja ispita - Kolegij nema ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
<p>Tijekom izvođenja nastave, kontinuirano se prati i provjerava napredovanje studenata i promjene njihovih antropoloških osobitosti a posebno, antropometrijskih, motoričkih i funkcionalnih. U tu svrhu koristi se uobičajeni mjerni instrumentarij, aktualan u primijenjenim kineziološkim područjima.</p>							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	PONAŠANJE POTROŠAČA				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Drago Ružić						
<b>Studijska godina</b>	3.			<b>Semestar</b>	V.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	<b>X</b>
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>				4 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>1. <i>Uvod u ponašanje potrošača i marketing strategiju</i> .Uvod u ponašanje potrošača i marketing-strategiju. Što je ponašanje potrošača? Sedam ključnih teza ponašanja potrošača. Donošenje odluke o kupnji. Značaj ponašanja potrošača za marketing-strategiju.</p> <p>2. <i>Društveni čimbenici i ponašanje potrošača</i>. Utjecaji kulture na ponašanje potrošača. Utjecaj potkultura i društvenih staleža na ponašanje potrošača. Utjecaji referentnih skupina i obitelji na ponašanje potrošača.</p> <p>3. <i>Psihološki čimbenici i ponašanje potrošača</i> .Motivi, osobnost, emocija i koncept o sebi. Stavovi i namjera ponašanja. Stil života i ponašanje potrošača. Znanje o proizvodu i uključenost.</p> <p>4. <i>Procesi i ponašanje potrošača</i> .Analiziranje ponašanja potrošača. Uvjetovanje i oblici učenja. Proces prerade informacija. Utjecaji na ponašanje.</p> <p>5. <i>Analiza ponašanja potrošača o marketing – strategija</i> .Segmentiranje tržišta i pozicioniranje proizvoda. Ponašanje potrošača i strategija proizvoda. Ponašanje potrošača i strategija promocije. Ponašanje potrošača i strategija cijene. Ponašanje potrošača i strategija distribucije.</p> <p>6. <i>Ostali aspekti ponašanja potrošača</i>. Zaštita potrošača - Konzumerizam. Etika i ponašanje potrošača)</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Upoznavanje s teorijama i empirijskim modelima ponašanja potrošača, te marketinškim aspektima i aktivnostima utemeljenim na spoznajama o ponašanjima potrošača.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<p>1. Kesić, T., Ponašanje potrošača, ADECO, Zagreb, 1999.</p> <p>2. Ružić, D.; Tomčić, Z.; Turkalj, Ž.: Razmjenski odnosi u marketingu – organizacija i provedba, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek 2002.</p>							
<b>Izborna literatura</b>							
<p>1. Engel, J. F.; R. D. Blackwell, P. W. : Miniard, Consumer Behavior, The Dryden Press, 2000.</p> <p>2. Hawkins, I. D.; R. J. Best, A. K. Coney, Consumer Behavior- Implications for Marketing Strategy, Irwin, Chicago, 2000.</p>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita usmeni</b>							
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
Kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	UPRAVLJANJE ODNOSIMA S POTROŠAČIMA (CRM)				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Doc. dr.sc. Branimir Dukić						
<b>Studijska godina</b>	3.		<b>Semestar</b>	V.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	X
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			4 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>	15	
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Upravljanje odnosima s kupcima (CRM); ideje smisao, pristup, sadržaji CRM-u</li> <li>2. Evolucija odnosa s potrošačima i ciljevi uspostavljanja CRM</li> <li>3. Kako se izgrađuju odnosi s potrošačima</li> <li>4. Izgradnja potrošačkog portfolia</li> <li>5. Kreiranje vrijednosti za kupca</li> <li>6. Upravljanje životnim ciklusom kupca: privlačenje kupaca</li> <li>7. Upravljanje životnim ciklusom kupca: razvitak potrošačkih navika i zadržavanje kupaca</li> <li>8. Informacijsko-komunikacijske tehnologije i CRM</li> <li>9. CRM kao informacijsko komunikacijski koncept</li> <li>6. Izgradnja CRM sustava: organizacijske i tehnološke prepostavke</li> <li>7. Komponente CRM sustava i modeliranje odnosa s potrošačima</li> <li>8. Integracija podataka i procesa za CRM</li> <li>9. CRM I ERP- veze s modulima ERP</li> <li>10. Implementacija</li> <li>11. CRM – kriteriji izbora i poželjene karakteristike sustava</li> </ol>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Razvijanje sposobnosti za unapređivanje odnosa s potrošačima u cilju ostvarenja obostrane koristi. Pribavljanje novih potrošača i zadržavanje postojećih. Razvijanje sposobnosti za prepoznavanje potrebnih podataka i informacija, njihovu ispravnu obradu i komuniciranje s potrošačima. Ovladavanje IC tehnologijom za razvijanje odnosa s potrošačima i stvaranje upravljačkog koncepta uz upotrebu CRM alata. Razvijanje komunikacijskih tehnika i vještina i sposobnosti za efikasno iskorištenje tržišnih informacijskih resursa uz korištenje IC tehnologije. Razvijanje integrativnih sposobnosti za implementaciju i iskorištenje CRM i sposobnosti povezivanja s ostalim poslovnim funkcijama i procesima.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Francis Buttle: Custom Relationship Management, Butterworth-Heinemann (December 3, 2003) <b>ISBN: 075065502X</b></li> <li>2. Predavanja na predmetu : PP prezentacija i bilješke uz slajdove</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management, Addison- Wesley Professional; 1st edition (August 9, 2001), ISBN: 0201730626</li> <li>2. Priručnik uz alat na kojem će se izvoditi vježbe i seminari.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>	15	<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>	DA	<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>	DA	<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>	1/2	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>		1/2	
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
Kontinuiranim praćenjem usvojenosti programa od strane studenata i anketiranjem studenata u cilju ocjene uspješnosti izvedbe predmeta.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	STRATEGIJE ULASKA NA INOZEMNO TRŽIŠTE				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Mirna Leko-Šimić						
<b>Studijska godina</b>	3.		<b>Semestar</b>	V.			
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	X
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			4 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Uvod</li> <li>Evaluacija i izbor stranog tržišta</li> <li>Izbor vremena ulaska na strano tržište: rani vs. kasni ulazak</li> <li>Generičke strategije ulaska na strano tržište: multilokalna, međunarodna, transnacionalna i globalna</li> <li>Načini ulaska na strana tržišta: izvoz, strateška suradnja i savezi, strana ulaganja</li> <li>Determiniranje optimalnih strategija</li> </ol> <p>Seminarska nastava Seminarska nastava odnosi se na praktične slučajeve iz domaće i strane prakse. Student je dužan izraditi vlastitu evaluaciju uspješnosti izlaska određenog gospodarskog subjekta na strano tržište. Ispit je pismeni uz usmenu prezentaciju samostalnog rada</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Upoznavanje s teorijama internacionalizacije poslovanja poduzeća, različitim modalitetima ulaska gospodarskih subjekata na strana tržišta, čimbenicima izbora optimalnog načina i evaluaciji uspješnosti izabranih načina ulaska na strana tržišta							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: Međunarodni marketing, Masmedija, Zagreb, 2000.</li> <li>Johansson, J.K.: Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing &amp; Global Management</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Hill, C.W.L.: Global Business, Postscript, 2003, McGraw Hill, 2003.</li> <li>Jeannet, J.P., Hennessey, H.D.: Global Marketing Strategies, Houghton Mifflin Co., Boston, MASS., 1992.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	MEĐUNARODNO TRGOVINSKO POSLOVANJE			
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>	X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Goran Marijanović					
<b>Studijska godina</b>	3.		<b>Semestar</b>	VI.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS			
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	45	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>	
<b>Sadržaj kolegija</b>						
<p>Institucije međunarodnog gospodarskog i financijskog sustava.  Hrvatski sustav odnosa s inozemstvom (Hrvatski devizni sustav, Hrvatski carinski sustav, Hrvatski vanjskotrgovinski sustav).  Način prodaje i specijalizirana tržišta u vanjskoj trgovini.  Poslovanje poduzeća u vanjskoj trgovini (Incoterms 2000, međunarodna trgovačka pravila, međunarodne konvencije o trgovini i carini, međunarodne norme).  Cijena i kalkulacije u vanjskoj trgovini.  Poslovne isprave u vanjskoj trgovini. Instrumenti plaćanja u vanjskoj trgovini.  Rizici i politika rizika u vanjskoj trgovini (robni rizici, financijski rizici, upravljanje rizicima u vanjskoj trgovini).  Kupoprodajni ugovori u vanjskoj trgovini. Sudionici i tijek klasičnih redovitih poslova izvoza i uvoza robe.  Hrvatska gospodarska komora. Državni inspektorati za nadzor kakvoće proizvoda. Faze i tijek redovitih poslova izvoza i uvoza robe.</p>						
<b>Ciljevi kolegija</b>						
Predmet je ustrojen na način da se student maksimalno upozna s operativnim tehnikama međunarodnoga trgovinskog poslovanja. Cilj kolegija jest da student po završetku studija može samostalno obavljati operativne poslove vezane uz vanjskotrgovinske transakcije.						
<b>Obvezna literatura</b>						
1. Matić, B.: Vanjskotrgovinsko poslovanje, Sinergija, Zagreb, 2004.						
<b>Izborna literatura</b>						
1. Andrijanić, I.; Aržek, Z.; Prebežac, D.; Zelenika, R.: Transportno i špeditersko poslovanje, Mikrorad, Zagreb 2001.						
2. Primjeri iz vanjskotrgovinske prakse izvoza i uvoza.						
<b>Način polaganja ispita</b>						
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>	X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>						
Reguliran je internim aktima Fakulteta.						

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	MARKETING U TRGOVINI				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija						
<b>Studijska godina</b>	3.			<b>Semestar</b>	VI.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni studija</b>		<b>Izborni smjera</b>
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Temeljne odrednice marketinga u trgovini.</b> Pojam, značenje i funkcije trgovine. Marketinške funkcije trgovine i marketing trgovine kao gospodarske djelatnosti. Razlike između marketinga proizvodnog i marketinga trgovinskog gospodarskog subjekta. Suradnja proizvodnog i trgovinskog gospodarskog subjekta u području marketinga.</li> <li><b>Proces upravljanja marketingom trgovinskog poduzeća i marketinška istraživanja u trgovini.</b></li> <li><b>Marketinška koncepcija u trgovini.</b> Strategijsko planiranje ciljeva. Planiranje strategija (temeljnih, pozicioniranja, strategija pojedinih marketinških instrumenata: lokacije, asortimana roba, cijena, profila, usluga, veličine i unutarnjeg ambijenta prodajnog objekta). Planiranje marketing – miksa i njegovih instrumentalnih varijabli: lokacije, asortimana, cijena, promocije, metoda prodaje i dr.</li> <li><b>Oblici trgovinskih gospodarskih subjekata i trgovinskih poslovnih jedinica.</b></li> </ol> <p><b>Seminarska nastava</b> Seminarska se nastava odnosi na izučavanje slučajeva iz prakse (<i>case study</i>). Temeljem teorijskih i praktičkih spoznaja student je dužan izraditi jedan pisani seminarski rad koji se odnosi na osmišljavanje i provedbu marketinga za konkretno odabrani gospodarski subjekt ili kooperacijsku tvorevinu iz područja trgovine.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Upoznavanje s posebnostima marketinga u trgovini i trgovinskog marketinga i razumijevanje procesa marketinga trgovinskog gospodarskog subjekta. Stjecanje temeljnih znanja o vođenju i izvršavanju marketinga u trgovini.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Segetlija, Z.: Trgovinsko poslovanje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2006.</li> <li>Segetlija, Z.; Lamza – Maronić, M.: Strategija maloprodaje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999.</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Segetlija, Z.: Maloprodaja u Republici Hrvatskoj, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999.</li> <li>Segetlija, Z.: Distribucija, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2006.</li> <li>Haller, Sabine: Handels – Marketing, II. Aufl., Kiehl, 2001.</li> <li>Schröder, H.: Handelsmarketing, Moderne Industrie, 2002.</li> <li>Sullivan, M.; Adcock, D.: Retail – Marketing, Thomson Learning, 2002.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>			<b>Konzultacije</b>		
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>			<b>Mentorski rad</b>		
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>			X
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	LOGISTIKA U TRGOVINI				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Vesna Brčić - Stipčević						
<b>Studijska godina</b>	3.			<b>Semestar</b>	VI.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	X	<b>Izborni studija</b>		<b>Izborni smjera</b>
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			5 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Trgovina – element u vrijednosnom lancu.</b> Razvoj suvremene trgovine s obzirom na njezine funkcije, organizacijske oblike, oblike e- commercea, tendencije internacionalizacije i globalizacije i strategije trgovine u vrijednosnom lancu.</li> <li><b>Međuovisnost marketinga i logistike.</b> Logistika kao marketing – funkcija trgovine. Logistički menadžment i njegova orijentacija na kupce. Razina usluga kao kriterij učinkovitosti. Logistika kao čimbenik u marketing miks. Značenje raspoloživosti proizvoda.</li> <li><b>Strategijske mogućnosti trgovinske logistike.</b> Inverzni marketing i trgovinski marketing. Strategija logistike distribucije. Strategija logistike nabave. Vertikalna partnerstva u vrijednosnom lancu.</li> <li><b>Logistički kontroling u trgovini.</b> Račun troškova procesa. Sustavi gospodarenja zalihama i mikro merchandising. Logistički kontroling i ECR.</li> <li><b>Skladišni sustavi u trgovini.</b> Skladišni sustavi i komisioniranje. Informacijski sustavi za potporu gospodarenja zalihama. Upravljanjem skladištem. Optimiranje razina skladišta. Optimiranje broja skladišta i lokacija. Optimiranje transportnih troškova.</li> <li><b>Upravljanje opskrbnim lancem u trgovini</b></li> <li><b>Međunarodna logistika i globalna konkurentnost.</b></li> <li><b>Trgovina na Internetu.</b> Strukture ponude i potražnje. Kataloški menadžment. Procesiranje narudžbe u B2C području. Logistika dostave robe.</li> </ol>							
<b>Seminarska nastava</b>							
Seminarska se nastava odnosi na obradu jednoga slučaja iz prakse i posjet jednom (oglednom) trgovinskom poduzeću. Na temelju izvršenih ovako postavljenih zadataka student izrađuje seminarski rad u pisanom obliku kao uvjet za polaganje usmenog ispita. Ispit je uemeni, a prethodi mu pismeni seminar.							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Upoznavanje s logističkim tokovima unutar trgovinskih poduzeća: informacijskim, procesiranja narudžbi, tokovima roba, postupcima planiranja, funkcioniranjem i značenjem sustava upravljanja zalihama, kao i stjecanje prvih spoznaja na temelju praktičkih primjera provođenja sustava upravljanja zalihama.							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Fernie, J.; Spakrs, L., (Ed.): Logistics and Retail Management: Insights into Current Practice and Trends from Leading Experts, St. Lucke Press, 1999.</li> <li>Long, D.: International Logistics: Global Supply Chain Management, Kluwer Academic Publishers, 2003.</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Toporowski, W.: Logistik im Handel, Physica, Heidelberg, 1996.</li> <li>Remmert, J.: Referenzmodellierung für die Handelslogistik, Deutscher Universitäts- Verlag, 2001.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>			<b>Konzultacije</b>		
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>			<b>Mentorski rad</b>		
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>		X	<b>Kolokvij</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata							



<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	TJELESNA I ZDRAVSTVENA KULTURA VI				
<b>Studijski program</b>		<b>Računovodstvo</b>	X		<b>Trgovina</b>		
<b>Razina programa</b>		<b>Stručni studij</b>					
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Mr.sc. Vladimir Šumanović, Željko Vukić, prof.						
<b>Studijska godina</b>		3.		<b>Semestar</b>		VI.	
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>	X	<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			0				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	0	<b>Seminari</b>	0	<b>Vježbe</b>	30	
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<p>Okvirni programski sadržaji obuhvaćaju sve oblike bazičnih kinezioloških disciplina- monostrukturnih, polistrukturnih acikličkih, kompleksnih i estetskih.</p> <p>Programski sadržaji koji se najčešće provode su:</p> <p>fitness, aerobika, plivanje.</p> <p>Športske igre- nogomet, rukomet, košarka, odbojka i stolni tenis.</p> <p>U navedenim športskim igrama obrađuje se i usavršava tehnika i taktika.</p> <p>Za studente oštećena zdravlja predviđeni su posebni kineziterapijski programi uvjetovani njihovim zdravstvenim potrebama.</p> <p>Studentski športski klub Efos omogućuje studentima da zadovolje svoje potrebe za športskim natjecanjima i time postignu osobnu afirmaciju kao i afirmaciju svoga fakulteta.</p> <p>Odabir sadržaja u određenoj akademskoj godini ovisit će o raspoloživim materijalnim uvjetima i preferenciji studenata prema tako odabranim sadržajima.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
<p>Adekvatnim kineziološkim operatorima studenti zadovoljavaju svoje biopsihosocijalne potrebe za kretanjem čime se uvećavaju njihovi adaptivni i stvaralački potencijali, transformiraju antropološke karakteristike osobito motoričke, morfološke i funkcionalne.</p> <p>Posebni je cilj omogućiti studentima stjecanje temeljnih teorijskih i praktičnih znanja kojim se oni osposobljavaju za samostalno programiranje i provođenje procesa tjelesnog vježbanja.</p>							
<b>Obvezna literatura</b>							
<p>1.Anderson, B.; Burke, E.; Perl.B.(1997.):Fitness za sve, Zagreb, Copal.</p> <p>2.Milanović, D. i sur.(1993.): Priručnik za sportske trenere, FFK- Zagreb.</p>							
<b>Izborna literatura</b>							
<p>1. Anderson, B.(2001.): Streching, Gopal, Zagreb.</p> <p>2. Milanović, D. i sur.((1996): Fitness, FFK- Zagreb.</p> <p>3.Tićak, K.(1997): Oblikovanje tijela za žene, Astroida, Zagreb.</p> <p>4.Vukić, Ž.;Vukić,Ž.;Jančić, S.(1999): Priručnik za samostalno ciljano vježbanje studenata, Ekonomski fakultet, Osijek</p>							
<b>Način polaganja ispita - Kolegij nema ispita</b>							
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
<p>Tijekom izvođenja nastave, kontinuirano se prati i provjerava napredovanje studenata i promjene njihovih antropoloških osobitosti a posebno, antropometrijskih, motoričkih i funkcionalnih. U tu svrhu koristi se uobičajeni mjerni instrumentarij, aktualan u primijenjenim kineziološkim područjima.</p>							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	POSLOVNO PREGOVARANJE				
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		X	<b>Računovodstvo</b>		
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>						
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Zdenko Segetlija						
<b>Studijska godina</b>	3.			<b>Semestar</b>	VI.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	X
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			4 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>		
<b>Sadržaj kolegija</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Priroda pregovaranja.</li> <li>Pregovaračke filozofije</li> <li>Pripreme za pregovore i proces pregovaranja. Tehnike pregovaranja.</li> <li>Pregovaračke strategije i taktike. Aktivno slušanje. Upravljanje pregovorima putem postavljanja pitanja.</li> <li>Pravila davanja i primanja ustupaka</li> <li>Zaključivanje pregovora</li> <li>Etička dimenzija pregovora i kroskulturni aspekti</li> <li>Verbalna i neverbalna komunikacija</li> <li>Žene kao pregovarači</li> <li>Poslovni protokol</li> </ol> <p><b>Seminarska nastava</b> Seminarska se nastava odnosi na izučavanje slučajeva iz prakse, odnosno literature i igranje uloga. Na temelju teorijskih spoznaja, vlastitih iskustava i samoanalize vještina pregovaranja i vježbi igranja uloga, student izrađuje pisani seminarski rad koji se odnosi na problematiku poslovnog komuniciranja u kupoprodajnim procesima.</p>							
<b>Ciljevi kolegija</b>							
Upoznavanje studenata s prirodom i tehnologijom poslovnog pregovaranja u obavljanju kupoprodajnih poslova i u ostalim poslovnim područjima							
<b>Obvezna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Lewicky, R. J.; Saunders, D. M.: Essencials of Negotiation, 3. izdanje, McGraw-Hill/Irwin, 2003.</li> <li>Osredečki, E.: Poslovno komuniciranje &amp; poslovni bonton, Naklada Edo, Zagreb, 2000.</li> </ol>							
<b>Izborna literatura</b>							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Morreale, S. P.; Spitzberg, B. H.; Barge, J. K.: Human communication: Motivation, Knowledge &amp; Skills, Wadworth, Belmont, CA, USA, 2001.</li> <li>Ožanić, M.: Poslovna pisma, Tehnološki park, Zagreb, 2001.</li> <li>Roach Gaut, D.; Perrigo, E. M.: Business and Professional Communication for the 21<sup>st</sup> Century, Allyn &amp; Bacon, Needham Heights, MA, USA, 1998.</li> <li>Reardon, K.K.: Interpersonalna komunikacija, Alineja, Zagreb, 1998.</li> </ol>							
<b>Struktura nastave:</b>							
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>	
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>			
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>			
<b>Način polaganja ispita</b>							
<b>Usmeni</b>	X	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>			X
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>							
kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.							

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	UPRAVLJANJE KATEGORIJAMA PROIZVODA (CM)					
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>							
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Prof.dr.sc. Vesna Brčić - Stipčević							
<b>Studijska godina</b>	3.			<b>Semestar</b>		VI.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>		<b>Izborni studija</b>	<b>Izborni smjera</b>	<b>X</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>				4 ECTS				
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari</b>	15	<b>Vježbe</b>			
<b>Sadržaj kolegija</b>								
<p>Robni asortiman i njegova struktura.          Podpodručja linije proizvoda: grupa proizvoda, klasa proizvoda, kategorija proizvoda          Uloga marke u upravljanju kategorijom.          Stvaranje marke – branding.          Proces kupnje u maloprodaji i „shoper management“          Panel kućanstava i upravljanje kategorijama proizvoda.          Proces upravljanja kategorijama proizvoda: analiza kategorija, analiza kupaca – ciljnih grupa, izvođenje trgovinskih strategija, operativno uvođenje strategije i kontrola rezultata.          Integracija koncepcija upravljanje kategorijama proizvoda i upravljanje odnosima s kupcima.          Informatička infrastruktura za upravljanje kategorijama</p>								
<b>Ciljevi kolegija</b>								
Cilj kolegija « Upravljanje kategorijama proizvoda « na stručnom studiju smjera «Trgovina» jeste upoznavanje studenata s upravljanjem s kategorijama proizvoda u sklopu maloprodajnoga miksa. Upravljanje kategorijama proizvoda je dio vještine («alata»), koje usmjerava poslovne i kreativne potencijale pojedinca i skupine u brže i efikasnije mogućnosti rješavanja problema u upravljanju trgovinskim gospodarskim subjektom.								
<b>Obvezna literatura</b>								
1 Müller, J. i sur.: Category Management, Internacionalni centar za profesionalnu edukaciju d.o.o., Zagreb, 2006. 2. Nielsen, A.C.; Karolefski, J.; Heller, A.: Consumer-Centric Category Management, John Willey&ons, New Yersey, 2006.								
<b>Izborna literatura</b>								
1. Pavlek, Z.: Uspješna prodavaonica, N.E.P., Zagreb, 2004. 2. Meler, M.; Dukić, B.: Upravljanje odnosima – od potrošača do klijenta (CRM), Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2007. 3.. Vranešević, T.: Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Golden Marketing, Zagreb, 2002.								
<b>Struktura nastave:</b>								
<b>Predavanja</b>	30	<b>Seminari i radionice</b>	15	<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>		
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>				
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>	4	<b>Mentorski rad</b>		6		
<b>Način polaganja ispita</b>								
<b>Usmeni</b>	<b>X</b>	<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>Kolokvij</b>		<b>X</b>		
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>								
kontinuiranim ocjenjivanjem od strane studenata.								

<b>Kod</b>		<b>Naziv kolegija</b>	<b>ZAVRŠNI RAD</b>					
<b>Studijski program</b>		<b>Trgovina</b>		<b>X</b>	<b>Računovodstvo</b>			
<b>Razina programa</b>	<b>Stručni studij</b>							
<b>Ime nositelja kolegija</b>	Izabrani profesor - mentor							
<b>Studijska godina</b>	3.			<b>Semestar</b>		VI.		
<b>Status kolegija</b>	<b>Obvezni studija</b>		<b>Obvezni smjera</b>	<b>X</b>	<b>Izborni studija</b>	<b>X</b>	<b>Izborni smjera</b>	
<b>ECTS koeficijent opterećenja studenta</b>			6 ECTS					
<b>Broj sati po semestru</b>	<b>Predavanja</b>		<b>Seminari</b>		<b>Vježbe</b>			
<b>Sadržaj kolegija</b>								
<p>Student samostalno izrađuje završni rad u pismenom obliku i brani pred Povjerenstvom (3 profesora). Za vrijeme stručne prakse student izrađuje koncept svoga završnoga rada. Završni se rad odnosi na obradu teme vezane uz konkretni primjer iz prakse.</p> <p>U tijeku izrade završnoga rada student obavlja konsultacije sa svojim profesorom – mentorom.</p>								
<b>Ciljevi kolegija</b>								
U završnome radu student zaokružuje svoje spoznaje iz kolegija koje odabere, vezano uz temu izabranoga rada. Svojim završnim radom student pokazuje osposobljenost za obavljanje stručnih poslova vezanih uz robno poslovanje i upravljanje trgovinskim i logističkim procesima.								
<b>Obvezna literatura</b>								
Obveznu literaturu propisuje mentor, a dopunsku i izbornu bira sam student .								
<b>Izborna literatura</b>								
1								
<b>Struktura nastave:</b>								
<b>Predavanja</b>		<b>Seminari i radionice</b>		<b>Vježbe</b>		<b>Samostalni zadaci</b>		
<b>Multimedija i internet</b>		<b>Obrazovanje na daljinu</b>		<b>Konzultacije</b>				
<b>Laboratorij</b>		<b>Terenska nastava</b>		<b>Mentorski rad</b>				
<b>Način polaganja ispita</b>								
<b>Usmeni</b>		<b>Pismeni i usmeni</b>		<b>X</b>	<b>Kolokvij</b>			
<b>Praćenje kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta</b>								
Kvalitetu obranjenim završnih radova ocjenjuje Povjerenstvo za ocjenu i obranu, uz prisustvo i sugestije predstavnika tvrtki i djelatnosti koje su izabrane kao primjeri.								

## OČITOVANJE O NASTAVNOM PROGRAMU

1. U predloženom korigiranom studijskom programu slijedi se sljedeća logika:

(a) Temeljni

- ekonomika poduzeća (I. semestar) -
- organizacija poduzeća (II. semestar)
- računovodstvo (II. semestar)

(b) Funkcije

- Poslovne financije (III. semestar)
- Marketing (III. semestar)
- Poslovna logistika (III. semestar)
- Informatičke tehnologije (III semestar)
- Nabavno poslovanje (IV semestar)
- Prodajno poslovanje (IV semestar)

(c) Upravljanje i funkcije u trgovini i logistici

- Računovodstvo trgovinskih poduzeća (IV semestar)
- Menadžment u trgovini (V semestar)
- Tržište i distribucija poljoprivredno – prehrambenih proizvoda (V semestar)
- Međunarodno trgovinsko poslovanje (VI semestar)
- Marketing u trgovini (VI semestar)
- Logistika u trgovini (VI semestar)

3. Makro – pristup

- Ekonomika narodnoga gospodarstva (I. semestar)
- Ekonomika trgovine (II. semestar)

4. Infrastrukturni

- Gospodarska matematika (I. semestar)
- Poslovna informatika (I. semestar)
- Statistika (II. semestar)
- Poslovni strani jezik (I – V semestra)
- Trgovačko pravo (IV semestar)

5. Posebni predmeti za trgovinu i sl.

- Poznavanje prehrambene robe (I. semestar)
- Komuniciranje s tržištem (IV semestar - izborni)
- e- Marketing (IV semestar – izborni)
- Upravljanje opskrbnim lancem – SCM (IV semestar )
- Transportno pravo i špedicija (V. semestar)
- Poslovna etika (V. semestar)
- Ponašanje potrošača (V. semestar – izborni)
- Upravljanje odnosima s potrošačima – CRM (V. semestar - izborni)
- Strategije ulaska na iniozemno tržište (V semestar – izborni)
- Međunarodno trgovinsko poslovanje (VI semestar)
- Marketing u trgovini (VI semestar)
- Logistika u trgovini (VI semestar)
- Poslovno pregovaranje (VI semestar – izborni)
- Upravljanje kategorijama proizvoda (VI semestar – izborni)

Program je, osobito u izbornim predmetima i u obveznoj praksi, ispunjen i potrebnim vježbama i praktičnim radom.

Predloženi program je prilično usmjeren na struku, što se vidi iz njegove strukture i iz pojedinih nastavnih sadržaja.

U predloženom smo studijskom programu nastojali izbjeći preklapanja, osobito kod predmeta Poslovna informatika i Informatičke tehnologije u distribuciji. Nadalje, uvršten je i predmet Poslovna etika. Zbog značenja računovodstva, a posebno zbog specifičnosti računovodstva trgovinskoga poduzeća uvrstili smo i taj predmet (u trgovinskoj tvrci nema proizvodnje, ali može biti i do 20.000 dobavljača i isto toliko kupaca, te može biti i do 1 mil. artikala, do nekoliko tisuća lokacija itd.). Slijed u izučavanju problema marketinga u trgovini uspostavljen je na način da se najprije izučavaju temelji marketinga (Marketing, III. semestar), potom Menadžment u trgovini (V semestar) i Marketing u trgovini (VI semestar). eMarketing je izborni i obuhvaća i marketing proizvođačke tvrtke, ali u e-okruženju - B2B i B2C), te je stavljen u IV semestar zbog slijeda iza Informatičkih tehnologija u distribuciji. Komuniciranje s tržištem je izborni predmet i može ići iza Marketinga (osnova) i Nabavnog poslovanja i Prodajnog poslovanja. U pitanju nije samo e-Business nego i produbljivanje znanja iz promocije, baš zbog osobne prodaje koja je bitna za trgovinsku djelatnost. Sadržaj kolegija stranih jezika dopunjen je i međusobno usklađen (samo ga nema u VI. semestru).

Nastojali smo, također, uskladiti opseg gradiva pojedinih kolegija s fondom sati predavanja, seminara i vježbi. Uvrštene su, osobito za izborne predmete, radionice. Jednako tako, u nastavnom se programu nalazi 225 sati stručne prakse, koja se programski osnišljena i koja, u konačnici, treba rezultirati izradom završnoga rada.

U većem dijelu seminara, vježbi i radionica se uzimaju primjeri iz prakse i aktivno sudjelovanje studenata. Vježbe su navedene kao «igranje uloga», vještine, rad na računalu, izrada zadataka i sl. .

Izbrni su kolegiji uvršteni tijekom IV, V i VI semestra. Ukupno ih sada ima sedam (7). Obujam stručne prakse je 225 sati i opisan je način izvođenja. Specifičnosti regije u kojoj će se program izvoditi uzete su u obzir već kod obveznih predmeta (poljoprivredni i prehrambeni proizvodi).