



Veleučilište "Marko Marulić" u Kninu

www.veleknin.hr

DETALJNI IZVEDBENI NASTAVNI PLAN I PROGRAM OBVEZNOG NASTAVNOG PREDMETA "UNUTARNJE TRGOVINSKO POSLOVANJE"

1	NAZIV STUDIJA	STRUČNI STUDIJ – TRGOVINSKO POSLOVANJE S PODUZETNIŠTVOM		
2	KOD NASTAVNOG PREDMETA	33317 UTP		
3	NAZIV NASTAVNOG PREDMETA	UNUTARNJE TRGOVINSKO POSLOVANJE		
4	STATUS PREDMETA	OBVEZNI		
5	SEMESTAR	ZIMSKI - III		
6	OBLICI NASTAVE I SATNICA	Ukupan broj nastavnih sati - 75		
		P-predavanja	V-vježbe	S-seminari
	SEMESTRALNO	30	30	15
	TJEDNO / 15 tjedana	5 sati nastave tjedno prema izvedbenom planu nastave		
7	ECTS BODOVI	7		
8	POVJERA NASTAVE - NASTAVNICI I SURADNICI	Nositeljica kolegija: Nikolina Grizelj, dipl. oec Nastavnica: Nikolina Grizelj, dipl.oec		
9	MOGUĆNOST IZVEDBE NASTAVE NA STRANIM JEZICIMA	-		
10	NACIN INFORMIRANJA STUDENATA	<ul style="list-style-type: none"> - na nastavi - na konzultacijama - elektroničkom poštom - telefonom - putem oglasne ploče Veleučilišta i Web stranice Veleučilišta 		
11	KONTAKTIRANJE STUDENATA S NASTAVNICIMA	<ul style="list-style-type: none"> - na nastavi - na konzultacijama: utorak 17.30. – 18.30. četvrtak 16.00. – 17.00. - elektroničkom poštom (nikolina.grizelj@skole.hr) 		
12	KORELACIJA S OSTALIM PREDMETIMA UNUTAR STUDIJA	<ul style="list-style-type: none"> - Osnove marketinga - Marketing malog poduzetništva - Razvoj i dizajn proizvoda - Istraživanje tržišta - Ponašanje potrošača - Prodaja i distribucija - Trgovačko pravo - Poslovno komuniciranje 		
13	PROSTORNI I DRUGI UVJETI ZA IZVOĐENJE PROGRAMA	– Nastava se izvodi u multimedijalnim učionicama Veleučilišta s skupinom do 30 studenata.		

14 CILJEVI PREDMETA, KOMPETENCIJE, ISHODI UČENJA I METODOLOGIJA**14.1 Ciljevi**

Stjecanje znanja o svim postupcima u procesu obavljanja trgovačkog posla. Razumijevanje načina izvođenja svih elemenata kupoprodajnog posla u trgovini na malo i veliko u RH. Određivanje procesa nabave, skladištenja, upravljanja zalihama i prodaje robe u prodavaonici. Određivanje procesa nabave, skladištenja, upravljanja zalihama u trgovini na veliko. Upoznavanje s načinima kalkulacije cijena u unutarnjoj trgovini.

14.2 Kompetencije**14.2.1 Opće kompetencije**

Student će nakon završenog predmeta i izvršenih svih aktivnosti moći samostalno obavljanje poslova u prodaji i distribuciji, korištenje informacija ostalih marketinških funkcija kao referent u prodaji, skladištu ili kao trgovački predstavnik na terenu.

14.2.2 Specifične kompetencije

Student će završenog predmeta i izvršenih svih aktivnosti imati osnovna znanja na području prodaje i distribucije, moći će samostalno nadograđivati stečeno znanje u velikim i manjim prodajnim lancima, sustavima upravljanja u skladišnom poslovanju kao i na području distribucije, nabave i transporta upotrebom suvremenih informatičkih tehnologija.

14.3. Ishodi učenja

Očekuje se da će nakon izvršavanja svih programom predviđenih obveza student moći:

- Odabrati oblik trgovačkog poduzeća i vrstu trgovine
- Analizirati značaj logistike i distribucije za poslovanje poduzeća u suvremenim tržišnim uvjetima
- Povezati tehnike, strategije i teorije nabave, skladištenja i prodaje.
- Odrediti poslovne procese i dokumente nabave, skladištenja i prodaje
- Zaključiti elemente izvedbe kupoprodajnog posla i poslovanja prodavaonice
- Izvesti kalkulacije cijena robe u unutarnjoj trgovini.

14.4 Pristupi poučavanja i učenja u predmetu

Nastava obveznog stručnog predmeta „Unutarnje trgovinsko poslovanje“ ostvaruje se kroz teorijsku nastavu (30 sati), kroz vježbe (30 sati) i kroz praktični seminarski rad (15 sati). Vježbe uključuju izradu studije poslovnog slučaja te praktična primjena nastavnih cjelina u vidu izračuna koeficijenata, kalkulacija te ispunjavanja dokumentacije vezane za nabavu, skladištenje te prodaju. Za seminarski rad studenti će (u grupama od po max. 5 članova) imati zadatak na primjeru stvarnog poduzeća analizirati procese nabave prodaje te upravljanja zalihama i dati prijedloge poboljšanja poslovanja iz područja unutarnje trgovine odabranog poduzeća. Seminarskih rad potrebno je prezentirati ostalim studentima uz dodatnu raspravu na navedenu temu. Cijeli proces poučavanja biti će usmjeren na studenta.

Točna satnica izvođenja nastave (početak i završetak pojedinog oblika nastave) odrađuje se prema rasporedu nastave koji je istaknut na službenim Internet stranicama Veleučilišta.

15 Nastavne jedinice, oblici nastave

15.1 Izvedbeni nastavni program

"Unutarnje trgovinsko poslovanje"		NASTAVA			
		broj nastavnih sati			
		P	V	S	P+V+S
1. Osnove tržišta i tržišnog gospodarstva		2	2	1	5
1.1	Pojam tržišta				
1.2	Vrste tržišta				
1.3	Osnovni zakoni i propisi u trgovini u RH				
2. Trgovačka poduzeća		2	2	1	5
2.1	Pojam trgovačkog poduzeća				
2.2	Zadaci trgovačkih poduzeća				
2.3	Pojam trgovačke mreže				
2.4	Struktura trgovačke mreže				
2.5	Čimbenici oblikovanja trgovačke mreže				
3. Trgovina		2	2	1	5
3.1	Vrste trgovine				
3.2	Internacionalizacija i globalizacija trgovine				
4. Distribucija i logistika		2	2	1	5
4.1	Pojam logistike				
4.2	Pojam distribucije (fizičke distribucije)				
4.3	Sudionici distributivnog kanala				
4.4	Vrste distribucije				
4.5	Kanali distribucije				
5. Nabava robe		4	4	2	10
5.1	Pojam nabave				
5.2	Organizacija nabave				
5.3	Politika nabave				
5.4	Planiranje nabave				
5.5	Izbor dobavljača				
5.6	Politika zaliha u nabavi				
5.7	Metode nabave				
5.8	Kooperacija u nabavi				
5.9	Praćenje izvršenja narudžbi				
5.10	Analiza nabave				
5.11	Zaključivanje nabavnog posla – kupoprodajni ugovor				
6. Prodaja robe		4	4	2	10
6.1	Pojam i značenje prodajne funkcije				
6.2	Organizacija prodajne funkcije				
6.3	Istraživanje tržišta prodaje				
6.4	Planiranje prodaje				
6.5	Politika prodaje				
6.6	Politika asortimana i prodajnih usluga				
6.7	Politika cijena				
6.8	Kreditna politika i politika nabave				
6.9	Politika izbora oblika i metoda prodaje				
6.10	Postupak prodavanja				
6.11	Fakturiranje i naplata				
6.12	Reklamacije kupaca				
7. Skladištenje robe		2	2	1	5
7.1	Pojam i zadaci skladišne funkcije				
7.2	Vrste skladišta				
7.3	Izbor lokacije i namjena skladišta				
7.4	Uređenje skladišnog prostora				
7.5	Oprema i osoblje u skladištu				
7.6	Organizacija skladišta				
7.7	Procesi poslovanja u skladištu				

7.8	Evidencija zaliha robe u skladištu				
8. Manipulacija robom		2	2	1	5
8.1	Pojam ambalaže i pakiranja				
8.2	Pojam paletelizacije				
8.3	Pojam kontejnerizacije				
9. Politika asortimana i zaliha		2	2	1	5
9.1	Pojam i vrste asortimana				
9.2	Dimenzije asortimana				
9.3	Pojam i funkcije zaliha				
9.4	Obrtanje zaliha				
9.5	Gubitci na zalihama				
10. Troškovi u trgovini		2	2	1	5
10.1	Pojam troškova				
10.2	Direktni i indirektni troškovi				
10.3	Fiksni i varijabilni troškovi				
10.4	Pokrivanje troškova				
11. Kalkulacija cijene		2	2	1	5
11.1	Pojam i vrste kalkulacija				
11.2	Elementi kalkulacije				
11.3	Razlika u cijeni				
11.4	Izrada kalkulacije				
11.5	Politika cijena				
12. Proces maloprodaje		2	2	1	5
12.1	Tehnika poslovanja prodavaonice				
12.2	Naručivanje robe za prodavaonicu				
12.3	Preuzimanje i evidencije prispjele robe				
12.4	Pripremanje, smještaj i izlaganje robe				
12.5	Prodaja robe				
12.6	Evidencija nabave i prodaje u maloprodaji				
13. Elektronska trgovina		2	2	1	5
13.1	Pojam i značenje interneta u kanalu distribucije				
13.2	Elektroničko integrirano poslovanje				
13.3	Prednosti i nedostaci E-trgovine,				
13.4	Pravni okvir E-trgovine				
13.5	Virtualna maloprodaja				
13.6	Razvoj virtualne trgovine u RH				
UKUPNO		30	30	15	75

16 PRAĆENJE I OCJENJIVANJE STUDENATA		
AKTIVNOST KOJA SE OCJENJUJE	UDIO AKTIVNOSTI U ECTS BODOVIMA	MAKSIMALNI BROJ OCJENSKIH BODOVA
1. Pohađanje nastave te aktivnosti na predavanjima i vježbama	0,7	10
2. Kolokviji I, II odnosno priprema za kontinuiranu provjeru znanja	2,1	30
3. Seminarski rad	1,4	20
4. Završni ispit (pisani i usmeni dio)	2,8	40
UKUPNO:	7	100

16.1 Ishodi učenja i način provjere

	ISHODI UČENJA	SADRŽAJ	AKTIVNOSTI ZA NASTAVNIKE I STUDENTE (metode podučavanja i učenja)	METODE VREDNOVANJA
1.	Odabrati oblik trgovačkog poduzeća i vrstu trgovine	<p>- Osnove tržišta i tržišnog gospodarstva</p> <p>- Trgovačka poduzeća - Pojam, zadaće trgovačkih poduzeća, pojam i struktura trgovačke mreže, čimbenici oblikovanja trgovačke mreže</p> <p>- Trgovina - vrste trgovine, internacionalizacija i globalizacija trgovine</p> <p>- Pojam i vrste asortimana, dimenzije asortimana</p> <p>- Virtualna maloprodaja</p> <p>Prednosti i nedostaci E-trgovine, pravni okvir E-trgovine, razvoj virtualne trgovine u RH</p>	<p>- predavanja</p> <p>- usmeno izlaganje</p> <p>- rad na pripremljenim materijalima</p> <p>- samostalan rad</p> <p>- grupni rad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kolokvij I. i/ili pismeni ispit, • Kolokvij II. i/ili pisani ispit • seminarski rad • usmeni ispit • aktivnost na nastavi
2.	Analizirati značaj logistike i distribucije za poslovanje poduzeća u suvremenim tržišnim uvjetima	<p>Distribucija i logistika - sudionici distributivnog kanala, vrste distribucije, kanali distribucije</p> <p>Pojam i značenje interneta u kanalu</p> <p>- Elektroničko integrirano poslovanje, prednosti i nedostaci E-trgovine</p> <p>- Manipulacija robom - pojam ambalaže i pakiranja, paletelizacije, kontejnerizacije</p>	<p>- predavanja</p> <p>- usmeno izlaganje</p> <p>- rad na pripremljenim materijalima</p> <p>- samostalan rad</p> <p>- grupni rad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kolokvij I. i/ili pismeni ispit, • Kolokvij II. i/ili pisani ispit • seminarski rad • usmeni ispit • aktivnost na nastavi

<p>3.</p>	<p>Povezati tehnike, strategije i teorije nabave, skladištenja i prodaje.</p>	<p>- Nabava robe – organizacija, planiranje i politika nabave, nabave - Izbor dobavljača, politika zaliha u nabavi, metode nabave i kooperacija u nabavi - Pojam, zadaci i organizacija skladišne funkcije, vrste skladišta, izbor lokacije i namjena skladišta, uređenje skladišnog prostora, oprema i osoblje u skladištu - Pojam, značenje i organizacija prodajne funkcije, istraživanje tržišta prodaje, planiranje i politika prodaje, politika asortimana i prodajnih usluga, politika cijena, kreditna politika i politika nabave, politika izbora oblika i metoda prodaje</p>	<p>- predavanja - usmeno izlaganje - rad na pripremljenim materijalima - samostalan rad - grupni rad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kolokvij I. i/ili pismeni ispit, • Kolokvij II. i/ili pisani ispit • seminarski rad • usmeni ispit • aktivnost na nastavi
<p>4.</p>	<p>Odrediti poslovne procese i dokumente nabave, skladištenja i prodaje</p>	<p>- Organizacija nabave, politika zaliha u nabavi, praćenje izvršenja narudžbi - Procesi poslovanja u skladištu, evidencija zaliha robe u skladištu - Postupak prodavanja, fakturiranje i naplata, reklamacije kupaca - Tehnika poslovanja prodavaonice, naručivanje robe za prodavaonicu, preuzimanje i evidencije prispjele robe, pripremanje, smještaj i izlaganje robe</p>	<p>- predavanja - usmeno izlaganje - rad na pripremljenim materijalima - samostalan rad - grupni rad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kolokvij I. i/ili pismeni ispit, • Kolokvij II. i/ili pisani ispit • seminarski rad • usmeni ispit • aktivnost na nastavi
<p>5.</p>	<p>Zaključiti elemente izvedbe kupoprodajnog posla i poslovanja prodavaonice</p>	<p>- Zaključivanje nabavnog posla, kupoprodajni ugovor – bitni i sporedni elementi ugovora, sredstva pojačanja ugovora - Prodaja robe, evidencija nabave i prodaje u maloprodaji - Politika izbora oblika i metoda prodaje, postupak prodavanja, fakturiranje i naplata, reklamacije kupaca</p>	<p>- predavanja - usmeno izlaganje - rad na pripremljenim materijalima - samostalan rad - grupni rad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kolokvij I. i/ili pismeni ispit, • Kolokvij II. i/ili pisani ispit • seminarski rad • usmeni ispit • aktivnost na nastavi
<p>6.</p>	<p>Izvesti kalkulacije cijena</p>	<p>- Pojam i funkcije zaliha,</p>	<p>- predavanja</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kolokvij I. i/ili

robe u unutarnjoj trgovini.	obrtanje zaliha, gubici na zalihama - Troškovi u trgovini - Pojam troškova, direktni i indirektni troškovi, fiksni i varijabilni troškovi, pokrivanje troškova - Kalkulacija cijene - Pojam i vrste kalkulacija, elementi kalkulacije, razlika u cijeni, izrada kalkulacije, politika cijena	- usmeno izlaganje - rad na pripremljenim materijalima - samostalan rad - grupni rad	pismeni ispit, • Kolokvij II. i/ili pisani ispit • seminarski rad • usmeni ispit • aktivnost na nastavi
-----------------------------	--	---	---

16.2 Pohađanje nastave i aktivnost u nastavi

Studenti su dužni prisustvovati na 80% predavanja i vježbi, te izraditi i prezentirati seminarski rad. U slučaju neopravdanog izostanka više od 3 puta, studenti će dobiti dodatni seminarski rad na temu iz područja koje su propustili na nastavi. Pohađanje nastave i aktivnost u nastavi ocjenjuje se s maksimalno 10 bodova.

aktivnost koja se ocjenjuje	minimalni broj bodova koje je potrebno postići	maksimalni broj bodova koje je moguće postići
redovito pohađanje nastave	2	3
aktivnost na nastavi	1	2
zaganje na vježbama	1	2
Suradnja s ostalim studentima u grupi (timski rad)	1	1,5
Povezivanje teorijskog znanja i prakse	1	1,5
UKUPNO:	6	10

16.3 Kolokvij

Student/ica je dužan položiti dvije provjere znanja iz sadržaja predavanja i vježbi. Svaki kolokvij ima 10 pitanja koja iznose 1 bod te dva zadatka koje donose 5 bodova svaki. Na svakom kolokviju je potrebno točno odgovoriti na 50% pitanja. Za 2 uspješno položena kolokvija student/ica može postići maksimalno 40 bodova.

aktivnost koja se ocjenjuje	minimalni broj bodova koje je potrebno postići	maksimalni broj bodova koje je moguće postići
kolokvij 1.	10	20
Kolokvij 2.	10	20
Ukupno:	20	40

Ukoliko student/ica točno odgovori na barem 50% pitanja na svakom pojedinom kolokviju, oslobađa se završnog pisanog dijela ispita. Ukupno postignuti bodovi na oba kolokvija, priznaju se kao bodovi postignuti na završnom ispitu (min. $2 \times 10 = 20$, max. $2 \times 20 = 40$). Student/ica koji ne postignu traženi postotak u oba kolokvija izlaze na pisani dio završnog ispita.

16.4 Seminarski rad

Za izradu i obranu seminarskog rada student/ica može maksimalno postići 20 bodova, i to prema sljedećem kriteriju:

aktivnost koja se ocjenjuje	minimalni broj bodova koje je potrebno postići	maksimalni broj bodova koje je moguće postići
Zalaganje na nastavi	1	2
Suradnja sa studentima u grupi (timski rad)	1	2
Povezivanje teorijskog znanja i prakse	2,5	5
Izlaganje seminarskog rada	2,5	5
Uspješnost odgovora na postavljena pitanja predmetnog nastavnika	1,5	3
Uspješnost odgovora na postavljena pitanja kolega	1,5	3

iz drugih grupa		
UKUPNO:	10	20

16.5 Završni ispit

Student/ica je dužan položiti završni pisani dio ispita ukoliko nije postigao/la minimalni broj bodova na kolokvijima, tj. min. 10 boda/kolokvijiu.. Pisani ispit sastoji se od 10 pitanja i 4 zadatka.. Svako pitanje donosi 2 boda dok zadatci donose po 5 boda svaki (moguće je dodijeliti i manje bodova za djelomičan odgovor), a potrebno je točno odgovoriti na 50 % pitanja. Na završnom ispitu je maksimalno moguće postići 40 bodova. Student/ica koji budu kolokvirali ili položili pisani ispit ostvarit će pravo izlaska na usmeni ispit.

Na završnom usmenom ispitu studentica može dobiti najviše 10 ocjenskih bodova, a najmanje 2 ocjenska bodova. Usmeni završni ispit sastoji se od 5 usmenih pitanja, a svako pitanje boduje se sa dva (2) boda. Ukoliko student/ica odgovori na 3 postavljena pitanja dobiva 6 ocjenskih bodova. Ukoliko odgovori na 4 postavljena pitanja dobiva 8 ocjenskih bodova, a ako odgovori na postavljenih pitanja dobiva maksimalan broj 10 ocjenskih bodova. Osoba koja odgovori na 2 ili manje postavljenih pitanja ima pravo ponavljati ispit. Jedan točan odgovor osobi donosi 2 ocjenska bodova, a dva točna 4 ocjenska boda.

16.6 Konačna ocjena

Konačna ocjena predstavlja zbroj bodova koje je student/ica ostvario pohađanjem nastave i aktivnošću u nastavi, izradom i obranom seminarskog rada, kolokvijima (2), te završnim ispitom. Konačna se ocjena donosi prema sljedećem kriteriju:

- **A** – od 90 do 100% ocjenskih bodova od ukupno 100
- **B** – od 80 do 89,9% ocjenskih bodova od ukupno 100
- **C** – od 70 do 79,9% ocjenskih bodova od ukupno 100
- **D** – od 60 do 69,9% ocjenskih bodova od ukupno 100
- **E** – od 50 do 59,9% ocjenskih bodova od ukupno 100

Brojčani se sustav ocjenjivanja uspoređuje s ECTS - sustavom na sljedeći način:

ECTS sustav ocjenjivanja	brojčani sustav ocjenjivanja
A	Izvrstan (5)
B	Vrlo dobar (4)
C	Dobar (3)
D	Dovoljan (2)
E	
F	Nedovoljan (1)

16.7 Napomene

Pravilnikom o studiranju i Pravilnikom o ocjenjivanju Veleučilišta "Marko Marulić" u Kninu poblize su uređena pravila studiranja za redovite i izvanredne studente na stručnim studijima koje ustrojava i izvodi Veleučilište "Marko Marulić" u Kninu kao i praćenje kvalitete studija.

17 LITERATURA / WEB STRANICE

17.1 Obvezna literatura:

- Perkov, D.: Trgovinsko poslovanje u teoriji i praksi, Libertas međunarodno sveučilište, Zagreb, 2018
- Unutarnje trgovinsko poslovanje, Interna skripta, Veleučilište Marko Marulić, Knin, 2019. (objavljena na stranicama kolegija u MOODLE sustavu)

17.2 Preporučena literatura/web stranice:

- Bloomberg D., LeMay S., Hanna J.: *Logistika*, MATE d.o.o., Zagreb, 2006.
- Habek M.: Upravljanje zalihama i skladišno poslovanje, RRIF, Zagreb, 2002.
- Kotler P., Wong V., Saunder J., Armstrong G.: *Osnove marketinga*, Mate d.o.o. Zagreb, 2006.
- Kotler P.: *Upravljanje marketingom*, MATE, Zagreb, 2002.
- Malakota R., Robinson M.: *E-poslovanje*, MATE d.o.o., Zagreb, 2002.

- Manning L.G., Reece B.L. : *Suvremena prodaja*, Mate d.o.o., Zagreb, 2008.
- Marušić M., Vranešević T.: *Istraživanje tržišta*, Adeco, Zagreb, 2001.
- Meler M.: *Osnove marketinga*, EFOS, Osijek, 2005.
- Rocco F.: *Marketinško upravljanje*, Školska knjiga, Zagreb, 2000.
- Sekso M.: *Prodaja i distribucija*, Veleučilište „Marko Marulić“ u Kninu, Knin, 2011.
- Seth G.: *Plava krava*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2005.
- Skupina autora: *Marketing* (urednici: Previšić i Bratko), Sinergija, Zagreb, 2001.
- Šamanović J.: Logistički i distribucijski sustavi, EFST, Split, 1999.
- Cohen G. (1998). *Politika prodaje i marketinga*, Potecon, Zagreb.
- Fox R.: *Poslovna komunikacija*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2001.
- Henich B. (1966). *Obraz: Prodaja*, NN, Zagreb.
- Kinebrok W.: *Multimedijски marketing*, Clio d.o.o., Beograd, 1994.
- Kotler P.: *Marketinška znanja od A do Ž*, BINOZA PRESS d.o.o., Zagreb, 2004.
- Marušić M.: *Plan marketinga*, Adeco, Zagreb, 2006.
- Skupina autora (1993). *Poslovna logistika*, Informator, Zagreb.
- Siropolis N.C.: *Menedžment malog poduzeća*, MATE d.o.o., Zagreb, 1990.
- Stevens M.: *Vrhunski menadžment*, Naklada Zadro, Zagreb, 2003.
- Kesić T.: *Ponašanje potrošača*, Adeco, Zagreb, 1999.

- www.cromar.hr
- www.efzg.hr
- www.educentar.net
- www.edo.hr
- www.manager.hr
- www.nn.hr
- www.poduzetnistvo.org
- www.suvremena.hr
- hrvatska.poslovniforum.hr
- hr.best-marketing.com

18 TERMINI ISPITA U AKADEMSKOJ GODINI 2020./2021.

ROK	1. TERMIN	SAT	2. TERMIN	SAT	DVORANA
zimski rok	01. 02. 2021.	18:00	15. 02. 2021.	18:00	5
ljetni rok	21. 06. 2021.	18:00	05. 07. 2021.	18:00	5
jesenski rok	30. 08. 2021.	18:00	13. 09. 2021.	18:00	5

