

2014./2015.

Srednjoškolski

udžbenici

www.mate.hr



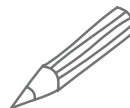


**ONLINE NARUČIVANJE UDŽBENIKA,
od 1. srpnja 2014.:**

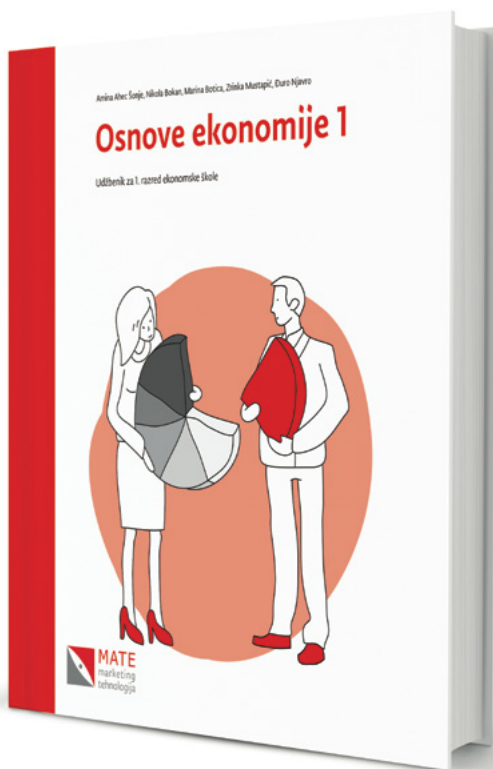
na www.mate.hr uz dodatne pogodnosti:

- bez čekanja u redovima
- plaćanje na rate
- dostava na kućnu adresu

Mate d.o.o. marketing tehnologija
Jandrićeva 12, HR – 10000 Zagreb
Natalia Olivier | natalia@mate.hr
tel + 385 (1) 4500301
mob +385 (99) 4830 782
fax +385(1) 4830782



1. Prvi razred	4
Osnove ekonomije 1	4
Poduzetništvo 1	5
Informatika 1	6
2. Drugi razred	7
Osnove ekonomije 2	7
Poduzetništvo 2	8
Osnove turizma	9
Društveno odgovorno poslovanje	10
Osnove marketinga	11
3. Treći razred	12
Osnove ekonomije 3	12
Marketing 3	13
Vježbenička tvrtka 3	14
Bankarstvo i osiguranje 3	15
Upravljanje prodajom	16
Ponašanje potrošača	17
4. Četvrti razred	18
Osnove ekonomije 4	18
Marketing 4	19
Vježbenička tvrtka 4	20
Bankarstvo i osiguranje 4	21
Tržište kapitala	22
Marketing usluga	23



Ekonomija je važno i vrlo dinamično područje života svih nas. Udžbenik **Osnove ekonomije 1** bavi se pojmom ekonomije i povijesnim razvojem ekonomske misli, vrstama gospodarskih sustava, osnovama stručnog ekonomskog jezika, pojmovima kao što su oskudnost, potrebe, resursi ili faktori proizvodnje, te robe i usluge. Nadalje, udžbenik definira osnovne zakonitosti u proizvodnom procesu, osvrćući se na troškove proizvodnje i efikasno poslovanje. Posebnu pažnju posvećuje pojmu tržišta i osnovnim pokretačkim snagama koje djeluju na tržištu – ponudi i potražnji. No, ovim temama tek smo zagreblili po površini ekonomske problematike. Stoga je ovaj udžbenik tek uvod u ekonomske teme koje će se obraditi u višim razredima.

SADRŽAJ

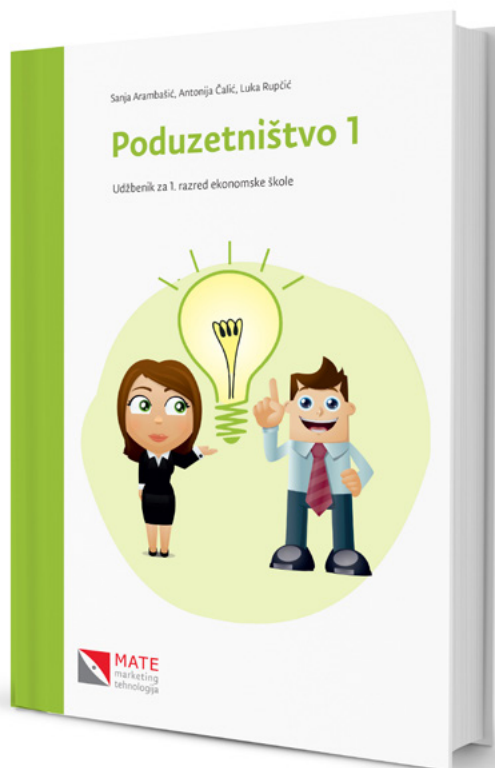
Ekonomija i ekonomska misao kroz povijest
 Oskudnost – temeljna karakteristika ekonomije
 Osnove stručnog ekonomskog jezika
 Proizvodni resursi, proizvodnja, tehnološki razvoj
 Gospodarski sustavi
 Proizvodnja i osnovne zakonitosti proizvodnje

Efikasnost proizvodnje i troškovi poduzetnika
 Tržište i njegove osnovne zadaće
 Pojedinačna i tržišna potražnja
 Pojedinačna i tržišna ponuda
 Tržišna ravnoteža i analiza njene promjene
 Elastičnost potražnje i ponud

Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 155 str.

<http://eliber.hr/index.php/osnove-ekonomije-1.html>

Cijena: 83,00 kn



Udžbenik za 1. razred ekonomske škole

mr. sc. Sanja Arambašić,
mr. sc. Antonija Čalić,
Luka Rupčić, dipl. oec.

Udžbenik **Poduzetništvo 1** predstavlja izvor temeljnih znanja iz poduzetništva i namijenjen je učenicima prvog razreda srednjih ekonomskih škola. Ovaj udžbenik predstavlja prvi korak u svijet poduzetništva, ali ne i jedini. Poduzetništvo nije samo znanje o pokretanju vlastitog posla nego je to kompetencija koja pojedincu omogućuje da uspješno vodi vlastiti život. Sadržaj udžbenika podijeljen je na osam poglavlja. U okviru svakog poglavlja mogu se pronaći i dodatna znanja, zanimljivosti i informacije iz područja poduzetništva. Na kraju svakoga poglavlja nalaze se zadatci kojima se učenike potiče na primjenjivanje stečenog znanja, istraživanje, analiziranje, izradu projekata, prezentiranje rješenja.

SADRŽAJ

Povijesni pregled i temeljne odrednice poduzetništva

Poduzetnik

Poduzetništvo na djelu

Poduzetnički ustroj

Pravni oblici poduzetničkog pothvata

Poslovne funkcije

Životni ciklus poduzetničke organizacije

Čimbenici koji utječu na razvoj poduzetništva

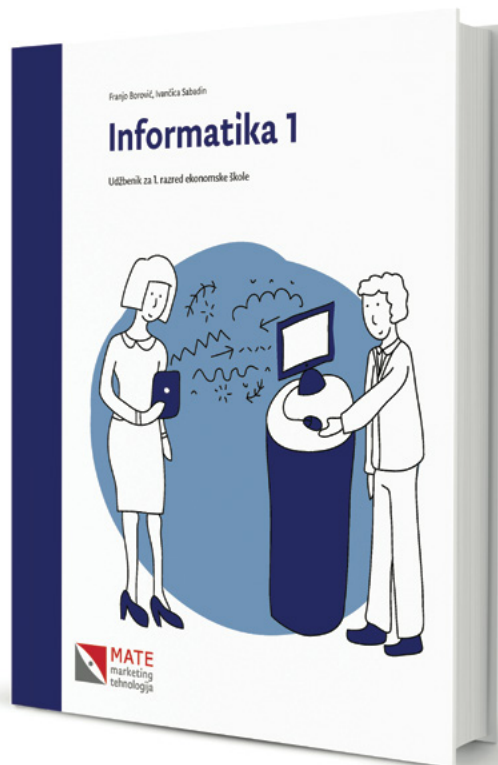
Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 176 str.

<http://eliber.hr/index.php/poduzetnistvo-1.html>

Cijena: 95,00 kn

Udžbenik za 1. razred ekonomske škole

mr. sc. Franjo Borović,
Ivančica Sabadin, mag. info.



Informatika se koristi u gotovo svim područjima ljudskog djelovanja, a informatička je pismenost neophodna. Udžbenik **Informatika 1** na početku opisuje osnovne pojmove informacijsko-komunikacijskih tehnologija tako da daje odgovor na dva važna pitanja: što su informacijsko-komunikacijske tehnologije i koja je uloga računala u poslovanju. Nadalje su, s naglaskom na najnovije tehnologije, opisani sklopovlje računala i programska podrška. Detaljno je objašnjen operacijski sustav Windows 7 uz velik broj primjera i zadataka. Opisane su osnove računalnih mreža i interneta uz danas neophodne usluge poput internet bankarstva, društvenih mreža i učenja na daljinu. Na kraju udžbenika opisan je program Microsoft Word 2010 uz mnoštvo slika i zadataka radi lakšeg savladavanja programa. Dodatne zadaci i izvori za čitanje nalaze se na web stranici udžbenika.

SADRŽAJ

Osnovni pojmovi informacijsko-komunikacijskih tehnologija

Hardver

Softver

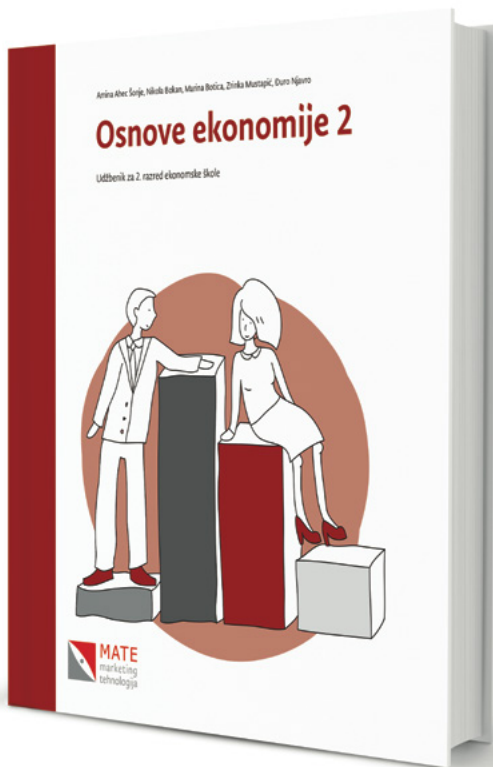
Mreže računala

Program za obradu teksta

Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 192 str.

<http://eliber.hr/index.php/informatika-1.html>

Cijena: 89,00 kn



2. RAZRED

Udžbenik za 2. razred ekonomske škole

dr. sc. Amina Ahec Šonje,
dr. sc. Nikola Bokan,
Marina Botica, dott. des.,
mr. sc. Zrinka Mustapić,
dr. sc. Đuro Njavro

Udžbenik **Osnove ekonomije 2** prikazuje osnovne značajke ponašanja potrošača i tržišnih struktura kako biste shvatili važnost i osjetljivost svih ekonomskih subjekata i njihovih međusobnih odnosa. Iz njega ćete saznati na koji način potrošači donose odluku o kupnji dobara i koji sve važni čimbenici utječu na takve odluke. Nastojat ćemo vam prikazati osnovne tržišne strukture i razlike koje nastaju na pojedinom tržištu ako je prisutan samo jedan proizvođač, nekolicina njih ili izuzetno velik broj proizvođača.

Također, udžbenik **Osnove ekonomije 2** detaljno obrađuje pojam bruto domaćeg proizvoda (BDP), te ćete saznati koja mu je važnost, kako se mjeri i zašto je iznimno važno pratiti kretanje te makroekonomske varijable. Posebnu pažnju u ovom udžbeniku posvetit ćemo ulozi države u kreiranju i provođenju makroekonomske politike zemlje. Upoznat ćemo osnovne makroekonomske politike (fiskalnu i monetarnu politiku), te institucije koje su zadužene za njihovo provođenje.

SADRŽAJ

Ponašanje potrošača

Tržišne strukture

Tržišni nedostaci i državna intervencija

Bruto domaći proizvod – mjera ekonomske aktivnosti

Državni proračun

Ciljevi, politike i instrumenti makroekonomije

Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 137 str.

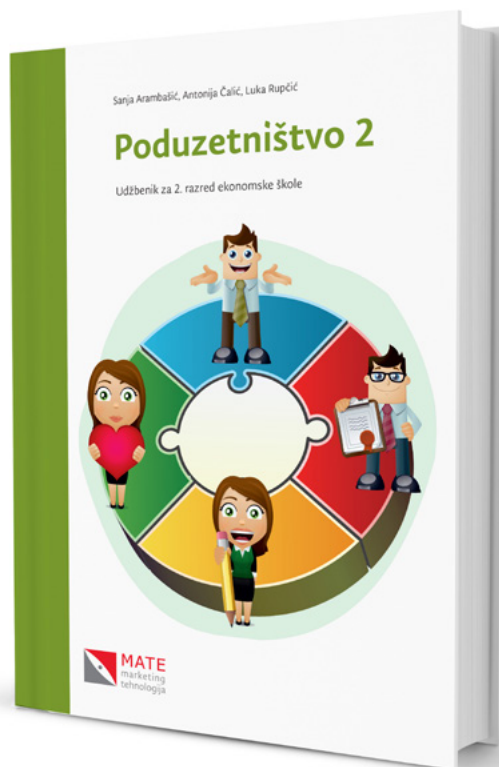
<http://eliber.hr/index.php/osnove-ekonomije-2.html>

Cijena: 69,00 kn

2. RAZRED

Udžbenik za 2. razred ekonomske škole

mr. sc. Sanja Arambašić,
mr. sc. Antonija Čalić,
Luka Rupčić, dipl. oec.



Udžbenik **Poduzetništvo 2** namijenjen je učenicima drugog razreda srednjih ekonomskih škola. Nakon što su prethodno usvojeni osnovni pojmovi poduzetništva, ovaj udžbenik predstavlja svojevrsan vodič za ulazak u svijet poduzetništva. Cilj ovog udžbenika je pripremiti učenike za poduzetnički način promišljanja i života, te na taj način razvijati poduzetničku kulturu.

Sadržaj udžbenika podijeljen je na šest poglavlja. U okviru svakog poglavlja mogu se pronaći i dodatna znanja, zanimljivosti i informacije iz područja poduzetništva. Na kraju svakoga poglavlja nalaze se zadatci kojima se učenike potiče na primjenjivanje stečenog znanja, istraživanje, analiziranje, izradu projekata, prezentiranje rješenja.

SADRŽAJ

Državna potpora i poticaji razvoja maloga poduzetništva

Planiranje poslovanja

Ulaganja u poduzetnički pothvata

Financiranje poduzetničkog pothvata

Upravljanje poduzetničkim pothvatom

Upravljanje ljudskim potencijalima

Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 195 str.

<http://eliber.hr/index.php/informatika-2.html>

Cijena: 113,00 kn



2. RAZRED

Udžbenik za 2. razred ekonomske škole

mr. sc. Lidija Birin,
Zoran Kasum, dipl. oec.,
mr. sc. Ina Rodin

Udžbenik **Osnove turizma** na pregledan, zanimljiv i praktičan način učenicima približava najvažnije pojmove turizma kako bi pomoću usvojenog znanja samostalno promišljali o tematici.

Prvi dio knjige bavi se temeljnim pojmom i značenjem turizma, tko su turisti i koje su njihove potrebe i motivi za putovanjima te koji oblici turizma postoje na globalnom turističkom tržištu. Drugi dio knjige obrađuje problematiku turističkog tržišta, pojam ponude i potražnje za turističkim proizvodima, tko su turistički subjekti i na kojim tržištima funkcioniraju, što su to turistički posrednici i što je turistička destinacija. U trećem dijelu knjige autori se osvrću na problematiku usluga i njihovih specifičnih karakteristika. Detaljno se obrađuje turistički proizvod kao vrsta specifičnih usluga sa svojim implikacijama na radnu snagu. U četvrtom dijelu knjige autori daju pregled povijesnog razvoja turizma u Hrvatskoj, njegov utjecaj na gospodarstvo, kratki pregled ponude i potražnje kao i sustav upravljanja turizmom u RH.

SADRŽAJ

Osnovni pojmovi u turizmu
Turističko tržište
Turističke usluge
Osnovna obilježja turističke ponude Republike Hrvatske

Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 171 str.

<http://eliber.hr/index.php/osnove-turizma-38.html>

Cijena: 79,00 kn

2. RAZRED

Udžbenik za 2. razred ekonomske škole

Borna Jalšenjak, mag. phil.,
doc. dr. sc. Kristijan Krkač



Udžbenik na uvodan i pregledan način u skladu s pedagoško-didaktičkim normama uvodi u klasične i suvremene teme korporacijske društvene odgovornosti i poslovne etike. Iako se među teorijama udžbenik uglavnom oslanja na teoriju, primjene i prakse interesnih dionika ili dionika, on dodiruje i ostale teorije. Cjeline unutar kojih prikazuje teoriju, primjene i prakse su sljedeće:

- (1) pregled razvoja koncepta društveno odgovornog poslovanja,
- (2) društveno odgovorno poslovanje i promicanje ljudskih prava u radnoj okolini,
- (3) društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj i zaštita okoliša,
- (4) društveno odgovorno poslovanje, tržišni odnosi i odnosi s lokalnom zajednicom i
- (5) primjena društveno odgovornog poslovanja u Republici Hrvatskoj.

Posebno zanimljiva i važna je posljednja cjelina (5) koja će već učenike u srednjoj školi upoznati s poviješću, trenutnim stanjem poslovne etike u RH i s budućnošću u EU.

SADRŽAJ

Pregled razvoja koncepta društveno odgovornog poslovanja
Društveno odgovorno poslovanje i promicanje ljudskih prava u radnoj okolini
Društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj i zaštita okoliša
Društveno odgovorno poslovanje, tržišni odnosi i odnosi s lokalnom zajednicom
Primjena društveno odgovornog poslovanja u Republici Hrvatskoj

Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 202 str.

<http://eliber.hr/index.php/drustveno-odgovorno-ponasanje.html>

Cijena: 94,00 kn



2. RAZRED

Udžbenik za 2. razred rednje strukovne škole animiranje prodavač/prodavačica

r. sc. Maja Martinović,
r. sc. Olivera Jurković Majić

U udžbeniku **Osnove marketinga** prvenstveno se osvrćemo na marketinške aktivnosti vezane uz trgovinu te aktivnosti vezane uz pospešivanje prodaje.

Prva nastavna cjelina obuhvaća Marketing koncepciju poslovanja gdje definiramo područje marketinga, te pišemo o razmjeni i predmetima razmjene. Druga nastavna cjelina pod nazivom Funkcije marketinga opisuje čimbenike marketinškog miksa, a to su: proizvod, cijena, distribucija i promidžba. Treća nastavna cjelina upoznaje učenike sa značenjem i zadaćom Istraživanja tržišta ističući važnost informacija/marketinških podataka u današnjem poslovnom odlučivanju. Objašnjava se i proces, kao i vrste istraživanja tržišta, vrste podataka i načini njihovog prikupljanja. Pojašnjava se i što je to marketinški informacijski sustav (MIS) te se opisuju posebna područja istraživanja tržišta. Segmentacija tržišta objašnjava se u četvrtoj nastavnoj cjelini udžbenika, kako bi se naglasila potreba pronalaženja zasebnih tržišnih segmenata za proizvode ili usluge koji će se na jasan, zaseban i kvalitetan način pozicionirati u svijesti potrošača i klijenata. U petoj nastavnoj cjelini učenici se upoznaju s oblicima Promidžbenih aktivnosti u trgovini. Šesta nastavna cjelina bavi se proučavanjem Pospješivanja prodaje usmjerenog na robu, na prodajni prostor te na kupca i prodavača.

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 175 str.

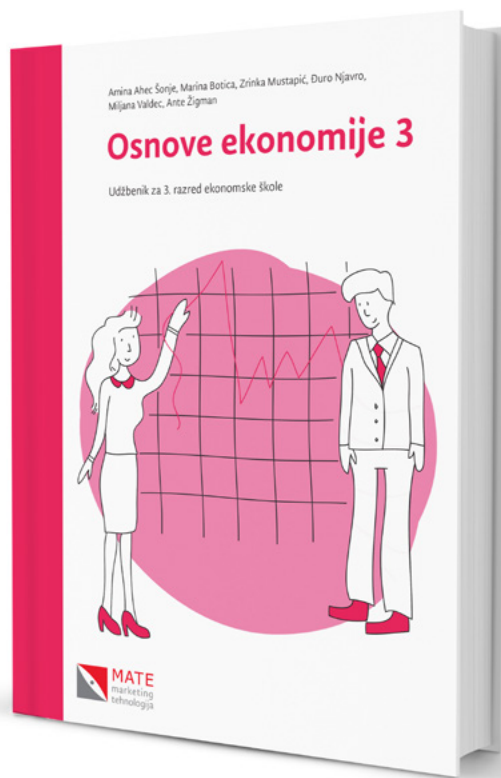
<http://eliber.hr/index.php/osnove-marketinga.html>

Cijena: 96,00 kn

3. RAZRED

Udžbenik za 3. razred ekonomske škole

dr. sc. Amina Ahec Šonje,
dr. sc. Nikola Bokan,
Marina Botica, dott. des.,
mr. sc. Zrinka Mustapić,
dr. sc. Đuro Njavro



Udžbenik **Osnove ekonomije 3** nastavak je našeg izlaganja ekonomskih tema i problema s kojima se susreće pojedinac i društvo. Knjiga je pisana na jednostavan i razumljiv način, čak i kod zahtjevnijih tema. Koristili smo pojednostavljene grafičke prikaze, a teme potkrijepili primjerima i ilustracijama koji će vam olakšati razumijevanje gradiva.

Udžbenik **Osnove ekonomije 3** sastoji se od četiri poglavlja. Prvo poglavlje govori kako ekonomisti analiziraju makroekonomska kretanja i ponašanje sudionika nacionalne ekonomije. U drugom poglavlju analiziramo značaj osobne potrošnje kućanstava, ulogu investicija u ekonomiji, utjecaj državne potrošnje i međunarodne razmjene na bruto domaći proizvod. Utjecaj tih kategorija agregatne potražnje na domaću proizvodnju objasniti ćemo pomoću jednostavnog modela multiplikatora. U trećem poglavlju pokazat ćemo kako se formiraju cijene rada, kapitala, zemlje i ostalih resursa proizvodnje. Zadnje, četvrto poglavlje govori o nejednakostima u raspodjeli dohotka i bogatstva društva. Tu ćemo se osvrnuti na uzroke siromaštva i izvore nejednakosti u raspodjeli, te kako države pristupaju rješavanju tog problema.

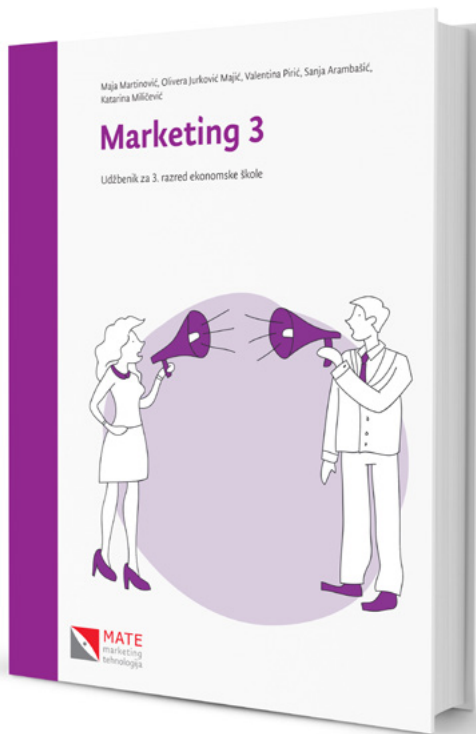
SADRŽAJ

Agregatna potražnja i ponuda i makroekonomska
Komponente agregatne potražnje i model
Tržišta i vrijednosti proizvodnih
Nejednakost raspodjele dohotka i bogatstva

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 104 str.

<http://eliber.hr/index.php/osnove-ekonomije-3.html>

Cijena: 58,00 kn



3. RAZRED

Udžbenik za 3. razred ekonomske škole

dr. sc. Maja Martinović,
dr. sc. Olivera Jurković Majić,
dr. sc. Valentina Pirić,
mr. sc. Sanja Arambašić,
Katarina Miličević, MBA

Udžbenik **Marketing 3** se sastoji od sedam nastavnih cjelina koje učenici redom savladavaju i tako postupno upoznaju svijet suvremenog marketinga, osnove pojmove i aktivnosti.

Prva nastavna cjelina obuhvaća Uvodna razmatranja o marketingu, gdje definiramo područje marketinga, te pišemo o razmjeni i predmetima razmjene. U ovom dijelu iznose se osnovni postulati marketinga, te se objašnjavaju različite poslovne koncepcije. Druga nastavna cjelina pod nazivom Marketinške odrednice – mikro i makrookruženje opisuje čimbenike složenog i promjenjivog marketinškog okruženja u kojem posluju suvremene organizacije. Treća nastavna cjelina bavi se proučavanjem Ponašanja potrošača naglašavajući dinamičnost odnosa i interakcije na relaciji potrošač – organizacija – društvo s naglaskom na slobodu izbora i poštivanje zakonskih i etičkih marketinških standarda. Četvrta nastavna cjelina pod nazivom Planiranje marketinga govori općenito o važnosti strateškog planiranja. Tu se učenicima objašnjava strateški i taktički dio marketinškog plana, te način, kao i faze realizacije planova. Peta nastavna cjelina upoznaje učenike sa značenjem i zadaćom Istraživanja tržišta ističući važnost informacija/marketinških podataka u današnjem poslovnom odlučivanju. Segmentacija tržišta objašnjava se u šestoj nastavnoj cjelini udžbenika, kako bi se naglasila potreba pronalaženja zasebnih tržišnih segmenata za proizvode ili usluge koji će se na jasan, zaseban i kvalitetan način pozicionirati u svijesti potrošača i klijenata. U sedmoj nastavnoj cjelini analiziraju se Marketinške strategije koje omogućavaju suvremenim organizacijama ostvarivanje konkurentne prednosti kreiranjem ponuda koje zadovoljavaju potrebe ciljnih kupaca i klijenata bolje nego što to čine ponude konkurencije.

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 144 str.

<http://eliber.hr/index.php/marketing-3.html>

Cijena: 79,00 kn

3. RAZRED

Udžbenik za 3. razred ekonomske škole

mr. sc. Sanja Arambašić,
mr. sc. Antonija Čalić,
Hrvoje Kovač, dipl. oec.,
dr. sc. Olivera Jurković Majić,
Luka Rupčić, dipl. oec.



Vježbenička tvrtka nastavni je predmet koji pridonosi stvaranju i razvijanju poduzetničkih kompetencija učenika koji na primjeru „virtualne“ tvrtke koju osnivaju i s kojom posluju, simuliraju obavljanje stvarnih poslovnih situacija. Udžbenik se sastoji od četiri nastavne cjeline koje prate slijed aktivnosti rada vježbeničke tvrtke prema propisanom planu i programu trećeg razreda. Četvrto poglavlje udžbenika učenici koriste prema potrebi u ovisnosti u kojem odjelu vježbeničke tvrtke obavljaju poslovne aktivnosti.

Za potrebe udžbenika osnovana je vježbenička tvrtka na čijem se primjeru mogu pratiti sve aktivnosti koje prolazi jedna vježbenička tvrtka. Na kraju svake nastavne cjeline, nakon praktičnog primjera naše vježbeničke tvrtke, dani su zadatci – smjernice što učenici trebaju napraviti, o čemu trebaju dodatno razmisliti ili raspraviti u međusobnoj komunikaciji. Tekst smo obogatili dodatnim sadržajima na kraju svake nastavne cjeline pod nazivom ZA ZNATIŽELJNE. Uz udžbenik, učenici dobivaju i CD na kojemu se nalaze svi izrađeni primjeri koji su korišteni u udžbeniku.

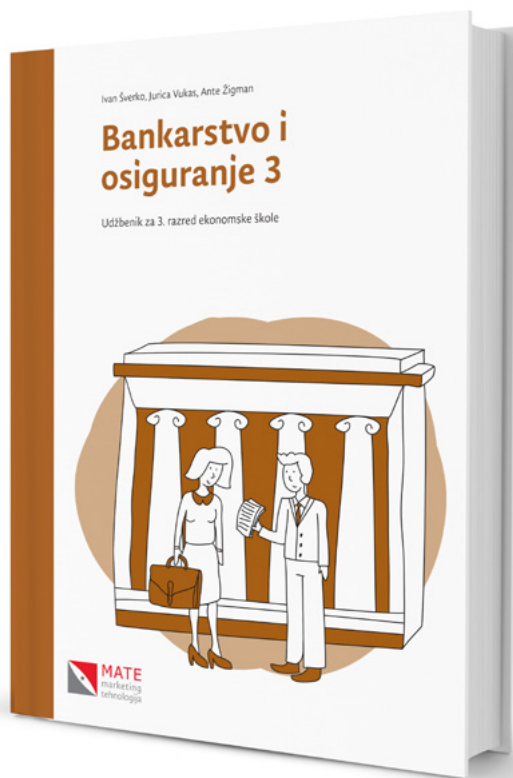
SADRŽAJ

Poslovna ideja
Osnivanje vježbeničke tvrtke
Zapošljavanje
Poslovanje vježbeničke tvrtke
Komunikacija u vježbeničkoj tvrtki
Poslovno-promidžbena sredstva vježbeničke tvrtke
Poslovni plan
Poslovne knjige

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 240 str.

<http://eliber.hr/index.php/vjezbenicka-tvrtka-3.html>

Cijena: 130,00 kn



3. RAZRED

Udžbenik za 3. razred ekonomske škole

dr. sc. Ivan Šverko,
dr. sc. Jurica Vukas,
dr. sc. Ante Žigman

Bankarstvo i osiguranje 3 najintenzivnije obilježavaju područje financija i oblikuju našu ekonomsku svakodnevicu. Često nismo niti svjesni kako bankarstvo oblikuje naš cjelokupni život, od prve štednje iz našeg djetinjstva, preko plaće koju primamo na svoj tekući račun, do mirovine koja će se iz mirovinskog fonda uplaćivati na naš račun. Trudili smo se primjerima i objašnjavanjem složenih pojmova izložiti teme koje pokriva ovaj udžbenik. Ovaj udžbenik bavi se pojmom bankarstva, banaka, novca, povijesnim razvojem novca, platnim prometom, pojmovima kao što su obrtaj novca, depozitni multiplikator, novčana masa i slično. Udžbenik pojašnjava sve suvremene oblike bankarskog poslovanja od internetskog bankarstva do e-novca. Pojasnit ćemo koji to štedno-ulagački proizvodi postoje, što je to blagajničko poslovanje i koji se transakcijski proizvodi danas nude. Posebnu pažnju posvetit ćemo kreditima i poslovnom bankarstvu, a u posljednjem ćemo poglavlju pojasniti osnove osiguranja.

SADRŽAJ

Novac i funkcije novca
Suvremeni novac i mjerenje njegove količine
Hrvatski bankarski sustav
Žiro računi građana i poduzetnika
Kreditne kartice i kartično poslovanje
Štedno-ulagački proizvodi
Blagajničko poslovanje i transakcijski proizvodi

Žiro računi građana i poduzetnika
Kreditne kartice i kartično poslovanje
Štedno-ulagački proizvodi
Blagajničko poslovanje i transakcijski proizvodi
Krediti
Poslovno bankarstvo
Osiguranje

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 123 str.

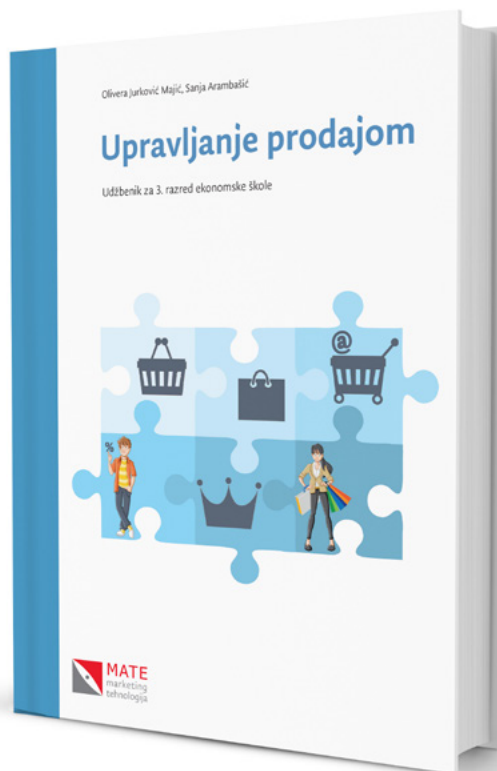
<http://eliber.hr/index.php/bankarstvo-i-osiguranje-3.html>

Cijena: 69,00 kn

3. RAZRED

Udžbenik za 3. razred ekonomske škole

dr. sc. Olivera Jurković Majić,
mr. sc. Sanja Arambašić



Udžbenik **Upravljanje prodajom** namijenjen je učenicima trećeg razreda ekonomskih škola. Danas, sektor usluga nudi niz prodajnih mogućnosti, sve se više ljudi zapošljava u uslužnom sektoru jer industrijsko društvo prelazi u uslužno i informacijsko, a tu se zapravo prodaju usluge – „neopipljiva vrijednost“. Upravo zbog toga područje prodaje usluga danas je posebno interesantno učenicima ekonomskih škola. Na tržištu se javlja puno radnih mjesta u prodaji financijskih usluga i vrijednosnih papira, u prodaji nekretnina, prodaji osiguranja te u bankarstvu gdje je osobna prodaja koja je predmet razmatranja ovog udžbenika osnovna strategija.

Osnovna je uloga ovoga udžbenika predstaviti dinamično područje prodaje s posebnim naglaskom na primjere iz uslužnoga sektora. Način kako spoznati potrebe, interese i želje kupaca/klijenata i ponuditi ponudu koja im odgovara uz istodobnu izgradnju dugoročnog i kvalitetnog odnosa nastojimo vam približiti u ovom udžbeniku.

SADRŽAJ

Osobna prodaja kao nastavak marketinškog shvaćanja

Prodajna sila

Razvijanje strategije uspostavljanja odnosa

Unapređenje prodaje usmjereno potrošačima

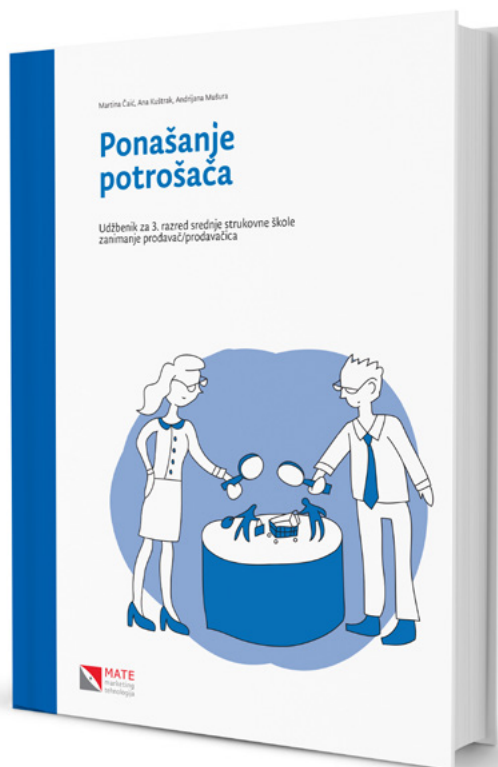
Unapređenje prodaje usmjerene posrednicima

Mogućnosti osobne prodaje u informacijsko doba

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 198 str.

<http://eliber.hr/index.php/upravljanje-prodajom.html>

Cijena: 109,00 kn



3. RAZRED

Udžbenik za 3. razred srednje strukovne škole zanimanje prodavač/prodavačic

Martina Čaić, MBA,
Ana Kuštrak, MBA,
dr. sc. Andrijana Mušura

Biti marketinški stručnjak u današnje vrijeme nije nimalo lak posao. Okruženje u kojemu tvrtke posluju obilježeno je brojnom konkurencijom, brojnim proizvodima, dinamičnim i brzim promjenama, snažnim razvojem tehnologije te sve zahtjevnijim potrošačima. Potrošač je u središtu marketinških aktivnosti i stoga je od presudne važnosti upoznati tog potrošača i s njim uspostaviti prijateljski i dugoročan odnos.

U ovom ćemo udžbeniku dati prikaz fascinantnog svijeta potrošača, pokrivajući brojne teme koje se bave pitanjima poput: što i zašto potrošači kupuju, što sve utječe na potrošačko ponašanje, kako se donose odluke te kako se razvijaju kvalitetni i dugoročni odnosi s potrošačima koji postaju lojalni klijenti.

SADRŽAJ

Ponašanje potrošača – teorijske
Model ponašanja potrošača
Društveni čimbenici ponašanja
Osobni čimbenici ponašanja potrošača
Psihološki čimbenici ponašanja potrošača
Zašto kupci kupuju
Uloge u kupnji
Vrste ponašanja u kupnji
Faze procesa odlučivanja u kupnji
Ponašanje potrošača nakon kupnje – vrednovanje
kupljenog proizvoda

Važnost promatranja i ispitivanja potrošača
Razvijanje odnosa s potrošačima
Novi koncepti marketinga usmjerenog ka potrošaču
Upravljanje odnosima s klijentima
Cilj upravljanja odnosima s potrošačima
Provedba CRM-a – upravljanje odnosima s klijentima
Stvaranje lojalnog potrošača
Upravljanje ljudskim potencijalima

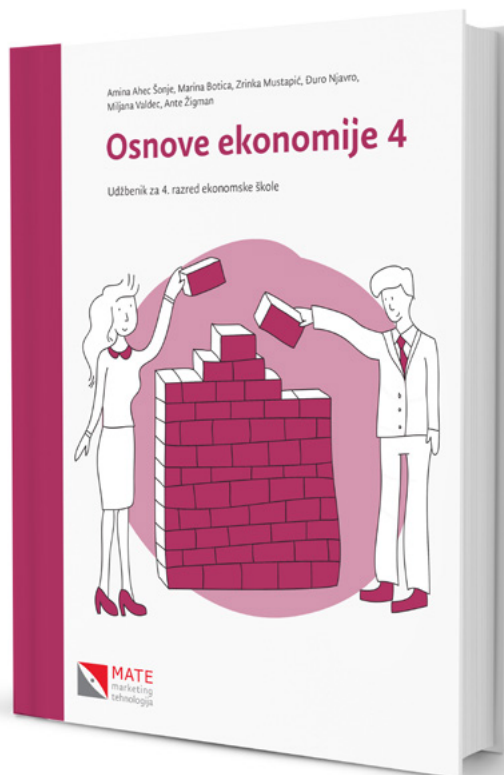
Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 115 str.

<http://eliber.hr/index.php/ponasanje-potrosaca-49.html>

Cijena: 65,00 kn

**Udžbenik za 4. razred
ekonomske škole**

dr. sc. Amina Ahec Šonje,
dr. sc. Nikola Bokan,
Marina Botica, dott. des.,
mr. sc. Zrinka Mustapić,
dr. sc. Đuro Njavro



Ekonomija je mnogo više od samog gospodarenja novcem. U gospodarstvu zemlje sudjeluju svi njezini stanovnici. Odluke i potezi svakog od nas imaju utjecaja na ukupni ekonomski život zemlje. Rast međunarodne trgovine i kretanje kapitala s jednog kraja svijeta na drugi isprepleli su gospodarstva različitih država. Proces globalizacije danas povećava ne samo ekonomsku, već i političku i kulturnu povezanost država. Unatoč tome, razlike u razvijenosti zemalja i dalje su velike.

O tim pitanjima raspravljamo u **Osnovama ekonomije 4**. U prva dva poglavlja analiziramo probleme nezaposlenosti i visoke inflacije, s kojima se može susresti svaka zemlja, neovisno o stupnju svog razvoja. U trećem poglavlju osvrnut ćemo na razvojna iskustva pojedinih skupina zemalja, ističući činjenicu kako nema jednostavnog i jedinstvenog recepta za brži ekonomski razvoj. I na kraju, u zadnjem poglavlju, govorimo o procesu globalizacije i prednostima i nedostacima uključenosti zemlja u međunarodnu razmjenu dobara i kapitala. Savladavši gradivo sva četiri udžbenika koji su vas uveli u ekonomiju, sasvim sigurno ćete lakše pratiti vijesti o zbivanjima u svijetu. Jer, ne zaboravite, ekonomija je više od onog kako se ona definira. Utječe na političke saveze i sukobe i na razvoj svakog društva.

SADRŽAJ

Problem nezaposlenosti
Pojam inflacije
Gospodarski rast i razvoj
Međunarodna ekonomija

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 112 str.

<http://eliber.hr/index.php/osnove-ekonomije-4.html>

Cijena: 63,00 kn



4. RAZRED

Udžbenik za 4. razred ekonomske škole

dr. sc. Maja Martinović,
dr. sc. Olivera Jurković Majić,
Ana Babić, MBA,
Ana Kuštrak, MBA,
Martina Čaić, MBA

U suvremenom poslovanju marketinška koncepcija mora biti ugrađena u cjelokupnu tvrtku unutar koje svi trebaju marketinški razmišljati jer svi zajednički proizvode vrijednost za kupce ili korisnike. Naime, sve odjele unutar tvrtke treba spajati jedan jedini cilj, a to je zadovoljan kupac. No, zaposlenici u odjelu marketinga najviše su od svih u doticaju s kupcima. U četvrtom razredu, razmotrit ćemo detaljnije marketinške taktike vezane uz elemente marketinškog miksa: proizvod, cijenu, prodaju i distribuciju te promociju.

Prva nastavna cjelina obuhvaća sve pojedinosti vezane uz Proizvod kao dio marketinškog miksa, i to: razine, vrste i svojstva proizvoda, proizvodni miks, životni ciklus proizvoda te proces razvoja novih proizvoda. Cijena je element marketinškog miksa koji se detaljno opisuje u drugoj nastavnoj cjelini, koja obuhvaća čimbenike koji utječu na formiranje cijena proizvoda/usluga, metode za određivanje cijena i cjenovne strategije. Treća nastavna cjelina pod nazivom Prodaja i distribucija opisuje prodajni proces i marketinške distribucijske kanale te posrednike unutar tih kanala, kao što su veleprodaja i maloprodaja. U četvrtoj nastavnoj cjelini učenici se upoznaju s elementom Promocija i oblicima promocijskih aktivnosti. Društveno odgovorni marketing se obrađuje u petoj nastavnoj cjelini, gdje se i definiraju pojmovi etika i društvena odgovornost, opisuju se njihova načela i načini poboljšanja etičkog odlučivanja u marketingu. Organizacija i kontrola tema su šeste nastavne cjeline, koja razmatra sve čimbenike koji utječu na oblikovanje organizacije. U sedmoj nastavnoj cjelini pod nazivom Područja primjene marketinga učenicima se nastoji približiti marketinški proces koji se jednako primjenjuje u gospodarskim i izvangospodarskim djelatnostima, kod kojih je često prisutno financiranje potpomognuto od strane države ili lokalne zajednice.

Meki uvez, 20,0 x 26,0 cm, 168 str.
<http://eliber.hr/index.php/marketing-4.html>
Cijena: 91,00 kn

Udžbenik za 4. razred ekonomske škole

mr. sc. Sanja Arambašić,
mr. sc. Antonija Čalić,
Hrvoje Kovač, dipl. oec.,
dr. sc. Olivera Jurković Majić,
Luka Rupčić, dipl. oec.



Udžbenik **Vježbenička tvrtka 4** pridonosi daljnjem stvaranju i razvijanju poduzetničkih kompetencija. Svrha udžbenika je da posluži kao svojevrsna pomoć u radu u vježbeničkim tvrtkama s ciljem motivacije za ulazak u svijet poduzetništva. Učenicima će pomoći da znanja kojima sigurno raspolažu iskoriste i primijene na svladavanje radnih procesa i zadataka koji se primjenjuju u poslovanju poduzeća. Udžbenik se sastoji od tri nastavne cjeline koje prate slijed aktivnosti rada vježbeničke tvrtke prema propisanom planu i programu četvrtog razreda – poslovanje vježbeničke tvrtke, sajam/smotra vježbeničke tvrtke i izrada završnih izvještaja.

Za potrebe udžbenika svi primjeri su objašnjeni na primjeru vježbeničke tvrtke koja je osnovana za potrebe udžbenika **Vježbenička tvrtka 4**. Na kraju svake nastavne cjeline, nakon praktičnog primjera naše vježbeničke tvrtke, dani su zadatci – smjernice što učenici trebaju napraviti, o čemu trebaju dodatno razmisliti ili raspraviti u međusobnoj komunikaciji. Tekst smo obogatili dodatnim sadržajima na kraju svake nastavne cjeline pod nazivom ZA ZNATIŽELJNE. Uz udžbenik, učenici dobivaju i CD na kojemu se nalaze svi izrađeni primjeri koji su korišteni u udžbeniku.

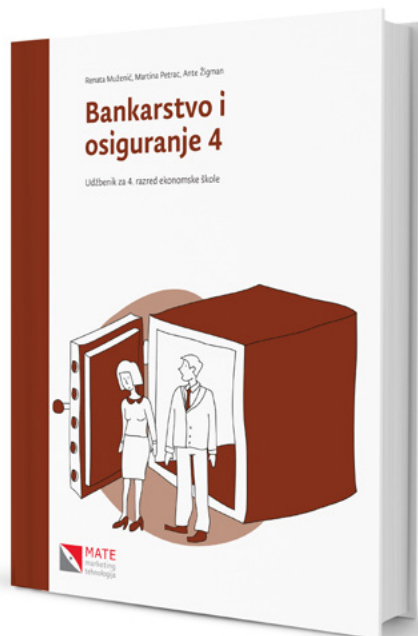
SADRŽAJ

Poslovanje vježbeničke tvrtke
Sajam/smotra vježbeničkih tvrtki
Izrada završnih izvještaja vježbeničkih tvrtki

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 160 str.

<http://eliber.hr/index.php/vježbenicka-tvrtka-4.html>

Cijena: 87,00 kn



4. RAZRED

Udžbenik za 4. razred ekonomske škole

Renata Muženić, struč. spec. oec.,
Martina Petrac, bacc. oec.,
dr. sc. Ante Žigman

U udžbeniku **Bankarstvo i osiguranje 4** prikazat ćemo detaljno praktičnu primjenu bankarskih poslova koji uključuju značajke tekućeg računa u bankama, te kunskog žiro računa građana i poduzetnika i deviznog žiro računa. Važan bankarski posao je i platni promet bez kojeg ne može funkcionirati ekonomska svakodnevnica. Tako će knjiga obrađivati obavljanje platnog prometa za građane i poduzetnike, te trajne naloge po računima.

Udžbenik posebnu pažnju posvećuje modernom bankarstvu pa se posebno obrađuju internet i mobilno bankarstvo. Budući da su krediti jedan od najvažnijih bankarskih proizvoda, udžbenik detaljno obrađuje kreditne poslove i portfelje komitenata. Dio knjige koji obrađuje područje osiguranja bavi se sklapanjem svih vrsta ugovora o osiguranju odnosno policama osiguranja.

SADRŽAJ

Oročeni depoziti građana
Tekući račun komitenta
Kunski i devizni žiro račun
Stambena štednja
Obavljanje platnog prometa za građane i poduzetnike
Trajni nalozi
Mjenjački
Internetsko/elektroničko i mobilno bankarstvo
Čuvanje i upravljanje vrijednostima
Obavezno osiguranje od automobilske odgovornosti (AO)
Osiguranje od požara i drugih

Osiguranje kućanstva
Osiguranje od provalne krađe i razbojstava
Polica obiteljski paket
Poduzetnički paket
Osiguranje osoba od posljedica nezgode pri i izvan redovnog zanimanja
Osiguranje od profesionalne odgovornosti
Zdravstveno putno osiguranje
Osiguranje potraživanja/kredita
Životno osiguranje
Štedno osiguranje djece

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 214 str.

<http://eliber.hr/index.php/bankarstvo-i-osiguranje-4.html>

Cijena: 117,00 kn

Udžbenik za 4. razred ekonomske škole

dr. sc. Mato Njavro,
Goran Pavlović, CFA, FRM,
Dina Vasić, MBA



Udžbenik **Tržište kapitala** primarno se bavi obradom općenito tržište kapitala u svijetu, ali i s primjerima iz Hrvatske. Apstraktni pojmovi jednostavno su objašnjeni, a poteškoće u razumijevanju pojedinih problema možete riješiti uz primjenu jednostavnih primjera koji su vam na raspolaganju kroz poglavlja.

Približava se učenicima poslovanje osnovnih financijskih institucija i posrednika u Republici Hrvatskoj, ali se također i obrađuju razni vrijednosni papiri kojima se trguje na svjetskoj razini. Ukratko, upozna se učenike sa strukturom i sudionicima financijskog i novčanog tržišta. Slijedi daljnje upoznavanje s osnovnim vrijednosnim papirima gdje učenici imaju priliku razumjeti karakteristike svakoga od njih. Zatim se nastavlja upoznavanje učenika s temeljnim zadaćama i ovlastima Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga (HANFA) i Središnjeg klirinškog depozitarnog društva (SKDD).

SADRŽAJ

Financijsko tržište

Tržište novca

Tržište kapitala

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA)

Središnje klirinško depozitno društvo (SKDD)

Investicijska/brokerska društva

Investicijski fondovi

Mirovinski fondovi

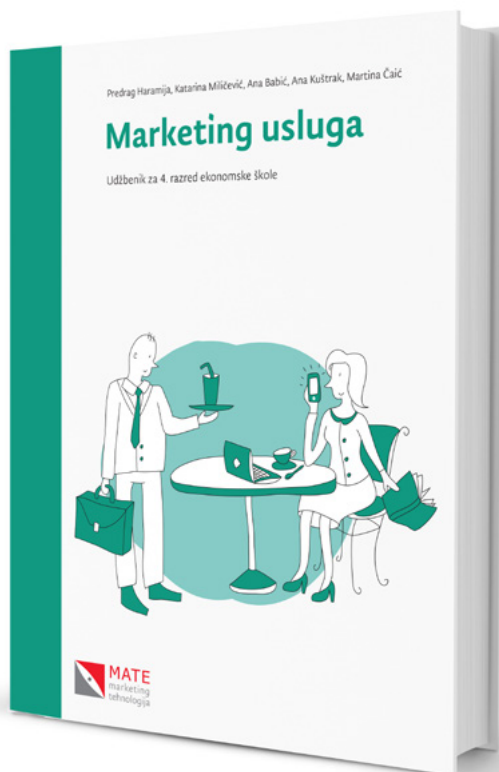
Postupak kupnje/prodaje vrijednosnih papira

Primama emisija dionica – inicijalna javna ponuda (IPO)

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 165 str.

<http://eliber.hr/index.php/trziste-kapitala.html>

Cijena: 92,00 kn



4. RAZRED

Udžbenik za 4. razred ekonomske škole

dr. sc. Predrag Haramija,
Katarina Miličević, MBA,
Ana Babić, MBA,
Ana Kuštrak, MBA,
Martina Čaić, MBA

Cilj udžbenika **Marketing usluga** je da usvojite znanja o marketingu uslužne djelatnosti čiji udio u društvenom proizvodu suvremenih gospodarstava neprekidno raste, te o specifičnosti primjene i prilagodbi marketinga usluga obilježjima pojedine uslužne djelatnosti (naglasak dajemo na bankarski sektor, sektor osiguranja, turizam, obrazovanje...).

Udžbenik je u cijelosti oblikovan tako da potiče znatiželju o marketinškim spoznajama i vještinama koje primjenjuju suvremene uslužne tvrtke istražujući tržišne mogućnosti u izrazito konkurentnom okruženju. Prva nastavna cjelina objašnjava važnost usluga u tržišnom gospodarstvu te daje pojmovno određenje usluge. Ciljna tržišta tema su druge nastavne cjeline u kojoj objašnjavamo istraživanje ciljnih tržišta, identifikaciju i izbor ciljnih tržišta, segmentaciju tržišta usluge te pozicioniranje usluge. Treća nastavna cjelina bavi se kvalitetom usluge. Četvrta nastavna cjelina razlaže specifičnosti elemenata marketinškog miksa u uslužnom poduzeću. Strategije usluga i značenje marke tema je pete nastavne cjeline. Šesta nastavna cjelina upoznaje vas s marketingom usluga posebnih područja kao što su bankarstvo, osiguranje, turizam, ugostiteljstvo, telekomunikacije i izdavaštvo. Važno i zanimljivo područje marketinga usluga neprofitnih organizacija tema je sedme nastavne cjeline.

Meki uvez, 21,0 x 29,7 cm, 160 str.

<http://eliber.hr/index.php/marketing-usluga.html>

Cijena: 89,00 kn