

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
EKONOMSKI FAKULTET – ZAGREB

**UPUTE ZA PISANJE
SEMINARSKOGA I DIPLOMSKOGA RADA**

Uredile:

Prof. dr. sc. Xxxx XXXXXXXXX

Mr. sc. XXXXX Xxx

Zagreb, veljača 2003.

Nakladnik:
Ekonomski fakultet - Zagreb

Za nakladnika:
Prof. dr. sc. Xxxx Xxxxx, dekan

Upute priredile:
Prof. dr. sc. Xxxxx Xxxxx
Mr. sc. Xxxx Xxxx

Recenzent:
Prof. dr. sc. Xxxxx Xxxxx

Lektor:
Prof. dr. sc. Xxxx Xxxxxxx

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. SVRHA PISANJA RADA.....	2
2.1. Svrha seminarskoga rada.....	2
2.2. Svrha diplomskoga rada.....	2
3. DOGOVOR S NASTAVNIKOM O TEMI, NASLOVU I SADRŽAJU RADA.....	3
3.1. Dogovor s nastavnikom o temi, naslovu i sadržaju seminarskoga rada...	3
3.2. Dogovor s nastavnikom o temi, naslovu i sadržaju diplomskoga rada.....	3
4. PRIJAVA, PREDAJA I OBRANA RADA.....	4
4.1. Prijava, predaja i obrana seminarskoga rada.....	4
4.2. Prijava, predaja i obrana diplomskoga rada.....	4
5. METODOLOGIJA IZRADE RADA.....	5
5.1. Naslovna stranica.....	5
5.1.1. Naslovna stranica seminarskoga rada.....	5
5.1.2. Vanjska ili omotna stranica i naslovna stranica diplomskoga rada....	6
5.2. Predgovor.....	10
5.3. Sadržaj.....	10
5.4. Tekst.....	12
5.4.1. Uvod.....	12
5.4.2. Razrada teme.....	12
5.4.3. Zaključak.....	13
5.4.4. Način označavanja dijelova rada.....	14
5.5. Literatura.....	14
5.6. Popis tablica.....	16
5.7. Popis ilustracija.....	16

6. POSEBNE ODREDNICE TEKSTA.....	19
6.1. Oznake izvora podataka (bilješke ili “fusnote” / “endnote”).....	19
6.2. Tablice, grafikoni, crteži, slike.....	22
7. TEHNIČKE UPUTE ZA IZRADU RADA.....	26
7.1. Izgled (layout) rada.....	26
7.2. Dodatne upute za pisanje rada.....	26
7.3. Dodatni izvori uputa za pisanje rada.....	27

1. UVOD

Upute koje slijede rezultat su prikupljanja, raščlambe, razrade, uopćavanja i preinake različitih dosad objavljenih informacija o pisanju stručnih i znanstvenih radova. Glavne izvore podataka za njihovu izradu predstavljali su interni materijali pripremani za studente Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu, odnosno već objavljeni priručnici i knjige u kojima su se mogle pronaći informacije o pisanju i oblikovanju stručnih i znanstvenih radova. Upute za pisanje seminarskoga i diplomskoga rada se izdaju s namjerom da studentima pomognu pri izradi seminarskih radova i diplomskoga rada.

Skupina asistenata Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu, *Petra Jung Erceg, Danimir Gulin, Đurđana Ozretić Došen, Ivan Strugar i Marija Tomašević Lišanin*, ponukana brojnim upitima i neupućenošću studenata, odlučila je 1996. godine izraditi upute za pisanje seminarskih i diplomskih radova. Prva inačica uputa dorađena je 1999. godine, kada su se u izradu uključili Mislav Ante Omazić, Nina Pološki i Tomislav Sačer. Upute su dopunili suvremenim znanjima iz područja pisanja stručnih radova, kao što su primjena računala i pojava digitalnih publikacija. Navedene su upute korištene neobvezatno, a prvenstveno su ih rabili njihovi urednici i priređivači. Stoga je, 2002. godine, Uprava Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu odlučila standardizirati upute za pisanje seminarskih i diplomskih radova na razini Fakulteta.

Na kraju ovoga kratkoga uvodnoga dijela željeli bismo zamoliti sljedeće: Pri izradi seminarskoga, a posebice diplomskoga rada, studenti često posjećuju različita poduzeća i/ili ustanove, ovisno o izabranom području i predmetu rada. Tijekom posjeta nemojte zaboraviti da ste student Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu, te da u tom svojstvu predstavljate Fakultet i Sveučilište. Stoga, neka Vaše ponašanje bude na akademskoj razini, a dojam koji ostavite besprijekoran. Imajte na umu da će zahvaljujući takvome ponašanju biti uspješnije ostvarena buduća suradnja sa studentima našeg Fakulteta, koji će sličan ili isti projekt raditi nekom drugom prilikom.

Urednice

2. SVRHA PISANJA RADA

2.1. Svrha seminarskoga rada

Seminarski rad predstavlja samostalnu stručnu obradu izabrane teme. Izradom seminarskog rada student pokazuje teorijsko i praktično znanje kao i sposobnost samostalnog služenja aktualnom domaćom i stranom literaturom u pismenoj obradi.

Ciljevi su izrade seminarskoga rada:

- proširenje i produbljivanje znanja iz sadržaja nastavnog programa,
- stjecanje iskustva u pisanju stručnih radova.

Preporučljiv opseg seminarskoga rada je 10 - 15 stranica.

2.2. Svrha diplomskoga rada

Diplomski je rad samostalan stručan rad u kojemu student pod vodstvom nastavnika - mentora obrađuje izabranu temu. Student koji je položio ispite, izradio seminarske radove i izvršio druge obveze predviđene nastavnim planom i programom studija, izradom diplomskoga rada dokazuje sposobnost samostalnog rješavanja složenoga problema.

Ciljevi su izrade diplomskoga rada dokazati:

- sposobnost primjene teorijskih i praktičnih znanja stečenih tijekom studija,
- sposobnost primjene znanstvenih metoda i instrumentarija u obradi problema i izradi rada,
- sposobnost samostalnoga služenja odgovarajućom domaćom i inozemnom literaturom, tj. korištenje spoznaja, činjenica i stavova objavljenih u navedenim izvorima.

Preporučljiv opseg diplomskoga rada je 30 - 50 stranica.

3. DOGOVOR S NASTAVNIKOM O TEMI, NASLOVU I SADRŽAJU RADA

3.1. Dogovor s nastavnikom o temi, naslovu i sadržaju seminarskoga rada

Student izabire kolegij u okviru kojega će izraditi seminarski rad. Izabrani kolegij mora biti obuhvaćen nastavnim planom i programom upisanoga studija, odnosno mora biti jedan od kolegija upisanih u studentov indeks.

Tema seminarskoga rada izabire se s popisa objavljenih tema ili se dogovara s nastavnikom. Student predlaže radni naslov i sadržaj rada, a detaljnije ga određuje u suglasnosti i nakon savjetovanja s nastavnikom. U prijedlogu radnog naslova i sadržaja rada, student navodi i popis već proučene literature, te druge izvore podataka koje namjerava koristiti pri obradi teme i izradi rada. Nakon prihvatanja teme, nastavnik je dužan uputiti studenta u način obrade teme, uputiti ga na dodatnu literaturu i odrediti opseg seminarskoga rada.

3.2. Dogovor s nastavnikom o temi, naslovu i sadržaju diplomskoga rada

Diplomski rad, u pravilu, student izrađuje iz kolegija znanstvenog područja smjera studija koji je upisao.

Temu i radni naslov rada student može izabrati s popisa objavljenih tema i naslova diplomskih radova. No, može ih i sam predložiti i definirati u dogovoru s mentorom. U oba slučaja, potrebno je voditi računa o predznanju i interesu studenta za određeno područje, o raspoloživim izvorima podataka i literaturi, o dokumentaciji, kao i iskustvu stečenom u praksi.

U prijedlogu teme, radnog naslova i sadržaja rada, student navodi i poznatu mu literaturu, te druge izvore podataka koje namjerava koristiti pri obradi teme i izradi rada. Nakon prihvatanja teme, nastavnik je dužan uputiti studenta u način obrade teme, uputiti ga na dodatnu literaturu i odrediti opseg diplomskoga rada.

4. PRIJAVA, PREDAJA I OBRANA RADA

4.1. Prijava, predaja i obrana seminarskoga rada

Student dogovara rok predaje i prijave rada s nastavnikom kolegija iz kojeg rad piše. Rad prijavljuje na prijavnici za seminarski rad.

Student nastavniku predaje jedan primjerak uvezanoga rada (plastičan uvez) u dogovorenomu roku. Seminarski rad ocjenjuje nastavnik - mentor. Ne brani se pred povjerenstvom.

4.2. Prijava, predaja i obrana diplomskoga rada

Student prijavljuje diplomski rad na prijavnici koju potpisuje nastavnik - mentor, a zatim pročelnik katedre. Potpisanu prijavicu, zajedno sa četiri uvezana primjerka diplomskoga rada koji ne mora biti u tvrdomu uvezu, student donosi u studentsku referadu. Nakon ovjere u studentskoj referadi, svi primjerci diplomskoga rada, zajedno sa zapisnikom koji se dobije u referadi, prijavnicom i indeksom, predaju se mentoru. U dogovoru s mentorom utvrđuje se datum obrane rada.

Obrana je diplomskoga rada javna. Rad se brani pred povjerenstvom koje se sastoji od predsjednika i najmanje dva člana (vidjeti Režim studija).

Postupak obrane diplomskoga rada najčešće se odvija ovim slijedom:

1. Mentor ili predsjednik povjerenstva otvara postupak obrane,
2. Kandidat petnaestak minuta izlaže temeljnu problematiku rada, metode koje je primijenio i najvažnije rezultate do kojih je došao tijekom istraživanja i izrade rada,
3. Članovi povjerenstva postavljaju usmena ili pismena pitanja kandidatu; pojedini član povjerenstva može, u pravilu, postaviti najviše pet pitanja,
4. Kandidat nakon promišljanja i pripreme odgovara na pitanja,
5. Kada kandidat odgovori na sva postavljena pitanja i nakon moguće rasprave, članovi povjerenstva se povlače; u odsutnosti kandidata povjerenstvo će razmotriti vrsnoću diplomskog rada, usmeno izlaganje kandidata o radu, uspješnost odgovaranja na postavljena pitanja, te odlučiti o konačnoj ocjeni rada.

5. METODOLOGIJA IZRADE RADA

U skladu s izabranom temom i radnim naslovom student pristupa izradi seminarskoga ili diplomskoga rada. Izabrana tema i radni naslov predstavljaju osnovni okvir za oblikovanje sadržaja rada.

Student prikuplja naslove knjiga i članaka koji obrađuju područje rada. U prikupljanju literature uputno je koristiti predmetni i stručni katalog u knjižnici i dokumentaciji. U nedostatku preporučenih izvora, student se može služiti kojom drugom dostupnom stručnom knjigom te iz nje crpiti podatke o ostalim izvorima.

Knjižnica on-line, na adresi www.kid.efzg.hr, nudi pristup bazama podataka (Emerald, Ebsco Host, ProQuest, Science Direct, Link Springer, Kluwer, Engineering Village 2 & Compendex, ENGnetBASE, Narodne novine). Za detaljne upute o korištenju baza, student se treba javiti u knjižnicu Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu.

Čitanje stručne literature nužan je preduvjet daljnjega samostalnoga rada.

Završna struktura rada uključuje točan naslov rada te oblikovanje i podjelu sadržaja po glavama i poglavljima. Za svaku se glavu navode naslovi poglavlja s glavnim idejama, a svakome se dijelu određuje opseg. Strukturu rada predlaže student, ali je konačno određuje u dogovoru i nakon savjetovanja s mentorom. Ovakva raspodjela i način rada omogućuju sustavnost izlaganja, uvid u temeljne probleme i područja o kojima valja prikupljati dodatne podatke.

5.1. Naslovna stranica

Naslovnom stranicom autor uspostavlja prvi kontakt s čitateljem rada. Stoga treba sadržavati osnovne podatke i biti odgovarajuće oblikovana. Naslovna je stranica prva stranica rada i nikada se ne označava rednim brojem.

5.1.1. Naslovna stranica seminarskoga rada

Naslovna stranica seminarskoga rada sadrži sljedeće podatke:

- ime i prezime autora

- naslov rada,
- naznaku "SEMINARSKI RAD",
- naziv sveučilišta i naziv fakulteta,
- naziv kolegija iz kojega je seminarski rad izrađen,
- titulu, ime i prezime mentora,
- matični broj (broj indeksa) autora,
- mjesto i mjesec predaje rada.

Izgled naslovne stranice i razmještaj podataka vidjeti u Primjeru 1, na 7. stranici ovih uputa.

5.1.2. Vanjska ili omotna stranica i naslovna stranica diplomskoga rada

- Diplomski rad, osim naslovne stranice, ima i vanjsku ili omotnu stranicu (korice). Na koricama se nalaze sljedeći podaci:

- ime i prezime autora,
- naslov rada,
- naznaka "DIPLOMSKI RAD",

Izgled korica s odgovarajućim tekstom vidjeti u Primjeru 2, na 8. stranici ovih uputa.

- Naslovna stranica diplomskoga rada sadrži sljedeće podatke:

- ime i prezime autora,
- naslov rada,
- naznaka "DIPLOMSKI RAD",
- naziv sveučilišta i naziv fakulteta,
- naziv kolegija iz kojega je diplomski rad izrađen,
- titulu, ime i prezime mentora,
- matični broj (broj indeksa) autora,
- mjesto i mjesec predaje rada.

Izgled i razmještaj podataka na naslovnici diplomskoga rada vidjeti u primjeru 3, na 9. stranici ovih uputa.

Primjer 1 Naslovna stranica seminarskoga rada

Biljana Stanković

TRŽIŠNI ASPEKTI PROIZVODA "CILLIT CREAM"

SEMINARSKI RAD

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet - Zagreb

Kolegij: Politika proizvoda i dizajn

Mentor: Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen

Broj indeksa autora: 13817R96

Zagreb, svibanj 2002.

Primjer 2 Vanjska stranica (korice) diplomskoga rada

Vatroslav Škare

**MARKETINŠKI PLAN PODUZEĆA "LURA" d.d. ZA
NASTUP NA TRŽIŠTU REPUBLIKE SLOVENIJE**

DIPLOMSKI RAD

Primjer 3 Naslovna stranica diplomskoga rada

Vatroslav Škare

**MARKETINŠKI PLAN PODUZEĆA "LURA" d.d. ZA
NASTUP NA TRŽIŠTU REPUBLIKE SLOVENIJE**

DIPLOMSKI RAD

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet - Zagreb

Kolegij: Međunarodni marketing
Mentor: Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen
Broj indeksa autora: 17764R99

Zagreb, rujan 2002.

5.2. Predgovor

Seminarski i/ili diplomski rad ne mora imati predgovor. Želi li autor rada napisati predgovor, potrebno je imati na umu sljedeće:

- Predgovor valja razlikovati od uvoda. U predgovoru se priopćuju uvjeti i prilike u kojima je rad nastao, iskustva tijekom pisanja i objektivne prepreke (ako ih je bilo) koje su se javljale tijekom izrade;
- U predgovoru se, uz imena, navode akademski stupnjevi i/ili funkcije osoba koje su autoru pomagale tijekom izrade rada i to prema opsegu i važnosti njihove pomoći, a ne prema položaju koji zauzimaju u znanosti i/ili praksi.

Naslov "PREDGOVOR" piše se velikim slovima centrirano na vrhu stranice. Stranica predgovora može se označiti rimskim brojem I., ali se može ostaviti i bez oznake broja.

5.3. Sadržaj

Sadržaj predstavlja tematski sažetak rada i daje uvid u stranice rada na kojima se nalaze naslovi i podnaslovi glava, poglavlja, odjeljaka, točaka i ulomaka.

Naslov "SADRŽAJ" piše se velikim slovima centrirano na vrhu stranice. Stranica sadržaja može se označiti rimskim brojem I. (ako rad nema predgovora), odnosno brojem II. (ako postoji predgovor). Može ostati i neoznačena. Ima li rad predgovor, stranica sa sadržajem umeće se iza predgovora.

Način pisanja i obilježavanja sadržaja i njegovih dijelova prikazan je u Primjeru 4, na 11. stranici ovih uputa.

Primjer 4 Stranica koja sadrži sadržaj

S A D R Ź A J		Stranica
PREDGOVOR	I	
SADRŽAJ	II	
1. UVOD	1	
1.1. Predmet i cilj rada	1	
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	1	
1.3. Sadržaj i struktura rada	2	
2. ANALIZA SITUACIJE	3	
2.1. Poslovna pozicija poduzeća LURA d.d.	5	
2.1.1. Ponuda poduzeća LURA d.d.	7	
2.1.2. Distribucija	11	
2.1.3. Osiguranje sirovine	12	
2.1.4. Socijalna i ekološka odgovornost poduzeća	12	
2.2. Mljekarsko tržište u Sloveniji	13	
2.2.1. Ciljno tržište	14	
2.2.2. Veličina tržišta	16	
2.2.3. Konkurencija	18	
2.2.4. Cijene	20	
2.2.5. Distribucija	21	
2.3. SWOT analiza	22	
3. CILJEVI	23	
3.1. Strateške smjernice 2001-2005. godine	23	
3.2. Ciljevi poduzeća LURA d.d. na slovenskom tržištu u 2002. godini	24	
3.2.1. Naturalni i financijski rast prodaje	24	
3.2.2. Ostali ciljevi	26	
4. MARKETINŠKE STRATEGIJE I TAKTIKE	27	
4.1. Proizvod	27	
4.1.1. Postojeći proizvodi	28	
4.1.2. Razvoj novih proizvoda	30	
4.2. Cijena	32	
4.3. Distribucija	34	
4.4. Promocija	36	
5. ZAKLJUČAK	38	
POPIS NAVODA (CITATA) I IZVORA PODATAKA	45	
LITERATURA	46	
POPIS TABLICA	48	
POPIS ILUSTRACIJA	49	
PRILOZI	50	

5.4. Tekst

5.4.1. Uvod

Tekst seminarskoga i diplomskoga rada započinje uvodom. Stranice uvoda najčešće se označavaju arapskim brojem 1. Uvod sadrži osnovne naznake problema koji se obrađuje u radu (imenovanje problema i razlog izbora za predmet proučavanja), način obrade problema i strukturu rada. Tekst uvoda potrebno je (posebice u diplomskom radu) raščlaniti na način prikazan u Primjeru 5.

Riječ "UVOD" piše se velikim slovima i označava arapskim brojem 1.

Primjer 5

1. UVOD
 - 1.1. Predmet i cilj rada
 - 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja
 - 1.3. Sadržaj i struktura rada

5.4.2. Razrada teme

U prikazu problema koji se obrađuje, ako je moguće, korisno je primijeniti sljedeći raspored:

- dosadašnji razvoj,
- sadašnje stanje i postojeći problemi,
- procjena za budućnost.

Cjelokupan sadržaj teksta koji student izlaže u radu treba biti smisleno raspodijeljen. Svakome dijelu rada (glava, poglavlje...) određuje se naslov. Naslov glave piše se velikim slovima, radi preglednosti može se podebljati (vidjeti Primjer 6, na 13. stranici), a s pisanjem se započinje na zasebnoj stranici. Glave se prema potrebi raščlanjuju na poglavlja, poglavlja na odjeljke, odjeljci na točke, a točke na ulomke.

Primjer 6**4. MARKETINŠKE STRATEGIJE I TAKTIKE**

Poglavlje se označava podnaslovom koji se piše malim slovima, ali mora biti istaknut (podvučeno, podebljano ili kosim slovima – vidjeti Primjer 7). Poglavlje ne mora započeti na zasebnoj stranici.

Primjer 7**4.1. Proizvod**

Složenost strukture rada ovisi o vrsti i odrednicama sadržaja koji se obrađuje, no opća preporuka glasi: radi lakšega praćenja i preglednosti teksta, raščlanjivanje unutar jedne glave ne bi trebalo prelaziti četiri razine.

5.4.3. Zaključak

Tekst završava zaključkom u kojemu ukratko treba prikazati rezultate i spoznaje do kojih se u radu došlo. Zaključak mora započeti na zasebnoj stranici. Naslov “ZAKLJUČAK” označava se arapskim brojem i piše velikim slovima (vidjeti Primjer 8).

Primjer 8**5. ZAKLJUČAK**

5.4.4. Način označavanja dijelova rada

Najpregledniji način označavanja dijelova rada predstavlja decimalni sustav brojeva. Svaka se glava označava arapskim brojem. Prva znamenka svakoga poglavlja podudara se s brojem glave kojoj poglavlje pripada, a druga znamenka označava redni broj navedenoga poglavlja. Isti postupak slijedi za označavanje odjeljaka i točaka.

Dobar primjer označavanja vidljiv je na stranici sa sadržajem rada (vidjeti Primjer 4, na 11. stranici).

5.5. Literatura

Popis korištene literature dolazi na stranicu rada iza zaključka (a prije popisa tablica, popisa ilustracija i priloga, ako postoje). Naslov "LITERATURA" piše se velikim slovima centrirano na vrhu stranice. U slučaju velikoga broja izvora, poželjno ih je razvrstati po skupinama, npr. stručne knjige, časopisi, statističke i ostale publikacije, enciklopedije, materijali stručnih organizacija i udruženja, neobjavljeni materijali, novine, Internet stranice i sl.

Unutar svake skupine izvori se nižu abecednim redom (prema prezimenu autora, a ne postoji li autor ili urednik, prema prvoj riječi naslova). Označavaju se arapskim brojevima.

Najprije se navodi prezime autora koje se odvaja zarezom od inicijala imena. Titule autora nije potrebno pisati. Ako je više autora, navode se redom koji je označen na samome djelu i odvajaju se zarezom. Nakon imena autora, ako se radi o knjizi, piše se naslov knjige (podebljano), zatim ime izdavačke kuće, sjedište izdavačke kuće ili mjesto u kojemu je knjiga izdana, te godina kada je izdana (vidjeti Primjer 9).

Primjer 9

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Bahtijarević-Šiber, F.: Management ljudskih potencijala, Golden Marketing, Zagreb, 1999. |
|--|

Ako je riječ o knjizi izdanoj u SAD-u, osim mjesta izdavanja, poželjno je navesti i skraćeni naziv države u kojoj se nalazi izdavač (vidjeti Primjer 10¹).

Primjer 10

1. Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., Wright, P. M.: **Human Resource Management – Gaining a Competitive Advantage**, Irwin & McGraw-Hill, Homewood, IL, 2000.

Kada autor djela nije jedna osoba nego članovi ustanove, naziv ustanove dolazi umjesto imena autora. No, ako nije riječ ni o autoru niti o ustanovi, tada umjesto imena/naziva pišemo tri mala slova "o", ili ne pišemo ništa. Tada navod djela počinje naslovom knjige (vidjeti Primjer 11).

Primjer 11

- ooo: **Hrvatska enciklopedija**, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, 2002. *ILI*
Hrvatska enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, 2002.

Članci korišteni u seminarskomu ili diplomskom radu navode se na sličan način kao i knjige. Najprije se piše autor članka. Zatim u navodnicima stoji naslov članka. Nakon toga, navodi se časopis u kojem je članak objavljen (podebljano), mjesto u kojemu je izdan, godište časopisa², broj časopisa³, godina izdanja navedenoga broja, te stranice na kojima je članak tiskan (vidjeti Primjer 12).

Primjer 12

1. Boxall, P., Purcell, J.: "Strategic human resource management: where have we come from and where should we be going?", **International Journal of Management Reviews**, Vol. 2., No. 2., 2000., str. 183-203.

¹ Kratica "IL" označava američku državu Illinois.

² Ako se radi o hrvatskomu časopisu, godište se časopisa označava **god.**, a ako se radi o časopisu s engleskoga govornoga područja, godište se označava **Vol.** (Volume).

³ Ako se radi o hrvatskomu časopisu, broj se časopisa označava **br.**, a ako je riječ o časopisu s engleskoga govornoga područja, broj se časopisa označavamo **No.** (Number).

5.6. Popis tablica

Popis tablica slijedi nakon stranice s literaturom. Popis sadrži redni broj i naziv svih tablica navedenih prema redoslijedu (broj stranice) pojavljivanja u radu.

Naslov "POPIS TABLICA", napisan velikim slovima, nalazi se na sredini stranice. Stranica se numerira arapskim brojem.

Izgled stranice s popisom tablica u seminarskomu i/ili diplomskom radu pokazuje Primjer 13, na 17. stranici ovih uputa.

5.7. Popis ilustracija

Popis ilustracija dolazi iza stranice s popisom tablica. Ilustracije obuhvaćaju grafikone, crteže i slike.

Pojavljuje li se u radu više od jedne vrste ilustracija, preporučljivo je popis grafikona, crteža i slika načiniti odvojeno.

Izrada stranice s popisom ilustracija istovjetna je tehnici izrade stranice s popisom tablica.

Primjer 14, na 18. stranici pokazuje izgled stranice s popisom ilustracija.

Primjer 13 Stranica koja sadrži popis tablica**POPIS TABLICA**

Tablica	Stranica
I. Pregled portfelja maraka proizvoda poduzeća LURA d.d.	8
II. Makroekonomski pokazatelji u Sloveniji i Hrvatskoj u 2001. godini	13
III. Potrošnja mlijeka i mliječnih proizvoda u Hrvatskoj i Sloveniji 2000. godine (kg/po glavi stanovnika)	16
IV. Udjeli konkurenata poduzeća LURA d.d. na tržištu Republike Slovenije	18
V. Broj prodajnih mjesta po veličini na slovenskom tržištu	21
VI. Naturalna prodaja poduzeća LURA d.d. u Sloveniji od 2000. do 2002. godine (u tonama)	24
VII. Naturalni (u tonama) i financijski (u eurima) plan prodaje poduzeća LURA d.d. na slovenskom tržištu u 2002. godini	25

Primjer 14 Stranica koja sadrži popis ilustracija**POPIS ILUSTRACIJA****Popis grafikona**

Grafikon	Stranica
I. Kretanje ukupnih direktnih ulaganja stranih pravnih osoba izvršenih putem Hrvatskog fonda za privatizaciju i ukupnih ulaganja hrvatske dijaspeore u razdoblju od 1992-1997. godine	13

Popis slika

Slika	Stranica
I. Organigram poduzeća LURA d.d.	5

6. POSEBNE ODREDNICE TEKSTA

6.1. Oznake izvora podataka (bilješke ili “fusnote“ / “endnote“)

Oznake izvora podataka (bilješke), preporučljivo je pisati na jedan od sljedećih načina, kao:

- a) “fusnote” - bilješke na donjem rubu stranice; označuju se brojevima od 1 nadalje;
- b) “endnote” - bilješke na posebnoj stranici; označuju se brojevima od 1 nadalje.

Autor koji odabere način označavanja naveden pod b) mora stranicu s popisom označiti naslovom “POPIS NAVODA (CITATA) I IZVORA PODATAKA” (vidjeti Primjer 15 na 20. stranici). Ova se stranica smješta iza zaključka, a prije stranice koja sadrži popis literature. Potrebno ju je navesti i označiti u sadržaju rada.

Bilješke (“fusnote” / “endnote”) koriste se kao dokumentacija:

- a) za svako cjelovito navođenje tuđih riječi u tekstu (citiranje), uz uporabu pravopisnih znakova navođenja (navodnici “.....”);
- b) u slučaju kada se duži tekst sažima i oblikuje vlastitim riječima, pri čemu se mora navesti izvor iz kojega potječe;
- c) za navođenje svake činjenice ili podatka koji općenito nije poznat, ali znamo tko je autor.

Dakle, bilješke se rabe za svaki, u upravnom ili neupravnom govoru iznesen tuđi dio teksta, kao i za interpretaciju nečijeg rada, pri čemu se uvijek mora navesti izvor. Necitirani dijelovi tuđih radova smatraju se plagijatom, tj. nezakonitim prisvajanjem proizvoda tuđega znanstvenoga i stručnoga rada!

Pri pisanju rada na računalu, u programu postoje posebne naredbe za automatsko uređenje bilježaka (“fusnota” ili “endnota”).

Bilješke se navode na sličan način kao i literatura (vidjeti Poglavlje 5.5.), no potrebno je još na kraju navoda dodati broj stranice na kojoj se citat ili navedena činjenica nalaze (vidjeti Primjer 15 i Primjer 16, na 20. i 21. stranici).

Bilješke se pišu veličinom slova 10.

Primjer 15

POPIS NAVODA (CITATA) I IZVORA PODATAKA

¹ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: **Međunarodni marketing**, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 35.

² O značenju planiranja marketinga vidi opširnije u:

- Tomašević Lišanin, M.: "Planiranje marketinških aktivnosti" - poglavlje u knjizi: Previšić, J., Bratko, S. (urednici): **Marketing**, Sinergija, Zagreb, 2001., str. 93-108.
- Marušić, M.: **Plan marketinga za uspješno tržišno poslovanje**, Adeco, Zagreb, 1998.
- Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: **Međunarodni marketing**, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 35-54.
- Cateora, P.R., Graham, J.L.: **International Marketing**, 10. izdanje, Irwin McGraw-Hill, 1999., str. 312-340.

³ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 35.

⁴ Ibid., str. 41.

⁵ Ibid., str. 691.

⁶ Marušić, M.: **Plan marketinga za uspješno tržišno poslovanje**, Adeco, Zagreb, 1998., str. 12.

⁷ Web stranice Lure na adresi www.lura.hr, rubrika "Vijesti", "Odlični poslovni rezultati LURE za 2001. godinu"

⁸ Prema internim podacima Lure

⁹ Cateora, P.R.: **International Marketing**, Irwin McGraw-Hill, 1996., str. 178.

¹⁰ Ozretić Došen, Đ.: "Marketing usluga" - poglavlje u knjizi: Previšić, J., Bratko, S. (urednici): **Marketing**, Sinergija, Zagreb, 2001., str. 430-431.

¹¹ Interni podaci Lure - prezentacija poduzeća, lipanj 2002., slajd 13.

¹² Vlastita procjena na temelju nekoliko izvora:

- interni podaci Lure
- Ministarstvo poljoprivrede i šumarstva: **Proizvodno potrošne bilance poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj-studija**, Zagreb, studeni 2000.

¹³ Interni podaci Lure - prezentacija poduzeća, lipanj 2002., slajdovi 14-16.

¹⁴ Web stranice Lure na adresi www.lura.hr, rubrika "Vijesti", "Lura d.d. donira milijun kuna za djecu i mladež"

¹⁵ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 42.

¹⁶ Analiza dominantno slijedi strukturu analize okruženja koju navode autori Previšić i Ozretić Došen u knjizi **Međunarodni marketing**, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 225-320., uz dodatak nekih dijelova iz obrasca za *country notebook* kojeg predlažu autori Cateora i Graham u knjizi **International Marketing**, 10. izdanje, Irwin McGraw-Hill, 1999., str. 610-619.

¹⁷ Prema podacima iz publikacije **Facts about Slovenija**, Vitrum Publishing, Ljubljana, 1998.

¹⁸ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 231.

¹⁹ Samuelson, P.A., Nordhaus, W.: **Ekonomija**, četrnaesto izdanje, Mate, Zagreb, 1992., str. 426.

²⁰ Prema podacima iz **Primerjava nekaterih trenutnih makoekonomskih kazalcev med Republiko Slovenijo in Republiko Hrvaško za leto 2001.**, Veleposlanstvo Republike Slovenije u Zagrebu, svibanj 2002.

²¹ Prema podacima iz publikacije **Slovenija v številkah 2002**, Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana 2002.

²² Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 234.

²³ **Slovenija v številkah 2002**, Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana 2002., str. 48.

²⁴ Ibid., str. 50.

²⁵ **Gospodarska gibanja V Republici Hrvaški za leto 2001.** - Blagovna menjava, Veleposlanstvo Republike Slovenije u Zagrebu, veljača 2002.

²⁶ Prema podacima iz:

- **Slovenija v številkah 2002**, Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana, 2002.
- **Facts about Slovenija**, Vitrum Publishing, Ljubljana, 1998.

²⁷ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 247.

Primjer 16

² Bahtijarević-Šiber, F.: **Management ljudskih potencijala**, Golden Marketing, Zagreb, 1999., str. 77.

³ Boxall, P. & Purcell, J.: "Strategic human resource management: where have we come from and where should we be going?", **International Journal of Management Reviews**, Vol. 2., No. 2., 2000., str. 183.

Ako se navod (citāt) nekoga djela u radu pojavljuje više puta, nije potrebno pisati sve podatke o djelu, nego se u tom slučaju citira na sljedeći način:

Primjer 17

⁴ Bahtijarević-Šiber, F.: op. cit., str. 41.

Ako se koristi navod iz djela koje je citirano u prethodnoj bilješci, dakle neposredno prije bilješke koja se sada navodi, na istoj je stranici teksta dovoljno napisati "Ibid." i stranicu s koje je navod (vidjeti Primjer 18).

Primjer 18

⁵ Ibid., str. 97.

Koriste li se članci ili neki drugi podaci s Interneta, također ih je potrebno navesti. Ako je riječ o članku, najprije se piše autor članka, zatim naziv članka, Internet adresa na kojoj se članak nalazi, datum kada je članak čitan s Interneta (jer u većini slučajeva ne postoji datum kada je članak objavljen na Internetu), te stranice na kojima se nalazi članak (vidjeti Primjer 19 na 22. stranici).

Primjer 19

1. Collins, C., Smith, K. G., Stevens, C. K.: "Human Resource Practices, Knowledge-Creation Capability and Performance in High Technology Firms", www.ilr.cornell.edu/cahrs, 17.03.2001., str. 1-36.

Ako podaci u radu nisu dio članka objavljenoga na Internetu, već se nalaze na nekoj Internet stranici (na primjer, nekog poduzeća, ustanove, organizacije i sl.), potrebno je navesti naziv i adresu Internet stranice koja je korištena u radu (vidjeti Primjer 20).

Primjer 20

1. Workforce, <http://www.workforce.com>

6.2. Tablice, grafikoni, crteži i slike

Tablice, grafikoni, crteži i slike ne predstavljaju samo dodatak tekstu. Oni su, baš kao i tekst, važan i neophodan dio rada. Temeljni im je zadatak omogućiti jasno, sažeto i jednostavno predstavljanje materijala u radu. Stoga je njihovoj pripremi i izradi potrebno posvetiti primjerenu pozornost.

Svaku tablicu, grafikon, crtež i sliku valja označiti odgovarajućim rednim brojem. Naslov tablice, grafikona, crteža ili slike mora ukratko sadržavati odgovor na pitanja "*što, gdje i kada*". Piše se velikim slovima. Uz svaku tablicu, grafikon, crtež i/ili sliku mora se neizostavno označiti izvor podataka. Primjeri 21, 22 i 23 (na 23., 24. odnosno 25. stranici) pokazuju način označavanja i izrade tablica, grafikona i slika.

Primjer 21

Tablica II.

**MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI U SLOVENIJI I HRVATSKOJ U
2001. GODINI**

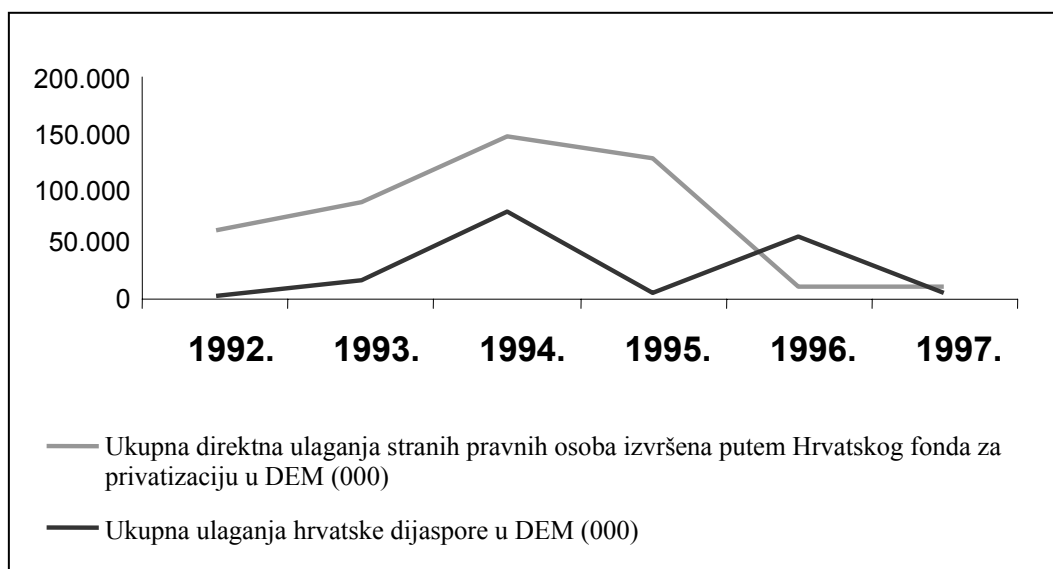
POKAZATELJ	SLOVENIJA	HRVATSKA
Godišnji rast industrijske proizvodnje (%)	6,2	4,6
Ukupna robna razmjena s inozemstvom (mlrd USD)	19,4	13,7
Izvoz (mlrd USD)	9,3	4,7
Uvoz (mlrd USD)	10,1	9,0
Pokrivenost uvoza izvozom (%)	91,0	52,0
Strana ulaganja (mlrd USD)	2,8	6,6
Stopa inflacije (%)	8,9	3,8
Stopa nezaposlenosti (%)	11,5	24,0

Izvor: "Primerjava nekaterih trenutnih makroekonomskih kazalcev med Republiko Slovenijo in Republiko Hrvaško za leto 2001.", **Veleposlanstvo Republike Slovenije u Zagrebu**, Zagreb, 2002., str. 1.

Primjer 22

Grafikon I.

KRETANJE UKUPNIH DIREKTNIH ULAGANJA STRANIH PRAVNIH OSOBA IZVRŠENIH PUTEM HRVATSKOG FONDA ZA PRIVATIZACIJU I UKUPNIH ULAGANJA HRVATSKE DIJASPORE U RAZDOBLJU OD 1992-1997. GODINE

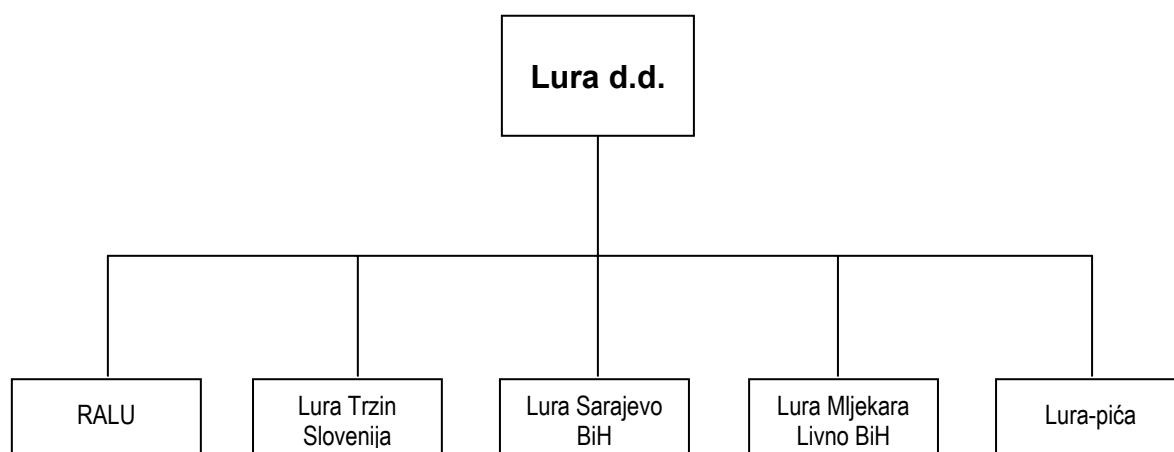


Izvor: "Prikaz Hrvatskog fonda za privatizaciju o direktnim stranim ulaganjima i ulaganjima hrvatske dijaspora", **Hrvatski fond za privatizaciju**, Zagreb, 1997., str. 19.

Primjer 23

Slika I.

ORGANIGRAM PODUZEĆA LURA d.d.



Izvor: Interni materijali Lure - prezentacija poduzeća, Zagreb, lipanj 2002.

7. TEHNIČKE UPUTE ZA IZRADU RADA

Tehničkomu oblikovanju stručnoga pisanoga rada potrebno je posvetiti veliku pozornost. Uredno i pregledno pripremljen rad olakšava čitanje, te daje uvid u sustavnost izlaganja i obrade izabranoga predmeta rada.

Seminarski i diplomski rad pišu se na računalu. Uz zadovoljavajući vanjski izgled i primjerenu sadržajnu strukturu, rad mora biti korektan u gramatičkome, pravopisnome i stilskome smislu. Student je dužan savjesno kontrolirati i ispraviti tekst, jer za točnost odgovara isključivo autor. Prepisuje li rad daktilograf, za sve moguće pogreške u prijepisu odgovornost također snosi autor. Sve navedeno odnosi se i na druge vrste grešaka, npr. u citiranim izvorima ili statističkim podacima. Dakle, prije predaje rada student je dužan pažljivo pročitati rad i ispraviti greške u svim primjercima.

7.1. Izgled (layout) rada

Kako bi rad bio pregledan i sustavno oblikovan, preporučuje se sljedeće:

- odabrati veličinu slova 12 i prored 1.5,
- za bilješke ("fusnote" / "endnote") odabrati veličinu slova 10,
- koristiti standardne margine – margine dolje, gore, lijevo i desno po 2,54 cm (1 inch),
- pisati u odlomcima – pri čemu postoje dva načina:
 - 1) uvučeni početak odlomka (između odlomaka nema praznog reda),
 - 2) jedan red razmaka između odlomaka (početak odlomka nije uvučen).

7.2. Dodatne upute za pisanje rada

Piše li se rad računalom valja znati sljedeće:

- iza svake se riječi nalazi jedan razmak,

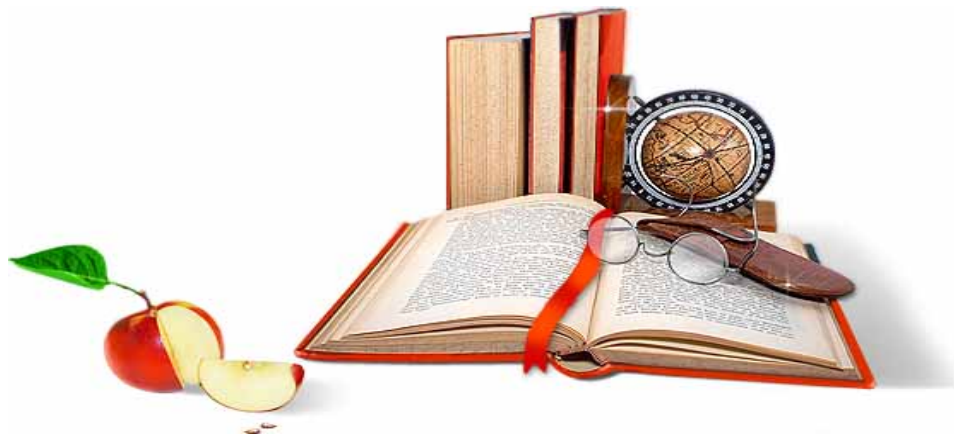
- pravopisni znakovi kao što su točka, upitnik, uskličnik, zarez, dvotočje (:), točka zarez, zatvorena zagrada, navodnici na kraju navoda, znak za postotak, pišu se zajedno s riječju iza koje slijede (između tih znakova i riječi ne stavlja se razmak),
- znakovi kao što navodnici na početku navoda i otvorena zagrada, pišu se zajedno s riječju ispred koje se nalaze (između tih znakova i riječi također se ne ostavlja razmak),
- ako iza neke riječi dolazi navod teksta u zagradi, između te riječi i početka zagrade piše se razmak,
- znak i (&) piše se odvojeno od riječi između kojih stoji,
- trotočje (...) se piše zajedno s riječju kojoj prethodi, a odvojeno od riječi ispred koje se nalazi,
- crtica se piše zajedno s riječima između kojih stoji ako se radi o složenici (npr. tehno-ekonomski), a odvojeno ako se koristi u neku drugu svrhu.

7.3. Dodatni izvori uputa za pisanje rada

Osim predloženih uputa, mentori seminarskih i diplomskih radova mogu uputiti studente autore radova na dodatne izvore koji obrađuju istu ili sličnu tematiku.

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI
MATERIJALI.**



WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKI.NET

WWW.SEMINARSKIRAD.INFO

WWW.MATURSKI.ORG

WWW.ESSAYSX.COM

WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM