

## POZIV AUTORIMA

Časopis TRŽIŠTE, službeni znanstveno-stručni časopis za tržišnu teoriju i praksu, glasilo je CROMAR-a (Hrvatska zajednica udruga za marketing) i Katedre za marketing Ekonomskog fakulteta-Zagreb.

Časopis objavljuje znanstvene radove različitih vrsta: pregledi literature, konceptualni radovi, radovi temeljeni na empirijskim istraživanjima, radovi usmjereni razvoju metodologije, studije slučaja. Za objavljivanje se razmatraju i stručni radovi i prikazi knjiga.

Za objavljivanje u časopisu TRŽIŠTE razmatrat će se jedino radovi koji nisu objavljeni niti su predani na razmatranje za objavljivanje nigdje drugdje. Ako je osnovni tekst rada objavljen u nekoj drugoj publikaciji, autor(i) mora(ju) navesti i obrazložiti razloge za objavljivanje u TRŽIŠTU i tražiti dopuštenje izdavača za reprint teksta. Isto tako, autor(i) je(su) odgovoran(ni) za svako kršenje autorskih prava/copyrighta.

### Opće upute

Rad je potrebno napisati na hrvatskom ili engleskom književnom jeziku, a sažetke rada i ključne riječi (maksimalno 6) na oba jezika, tj. hrvatskom i engleskom. Za autore čiji materinji jezik nije hrvatski, prijevod sažetka na hrvatski jezik osigurat će uredništvo časopisa.

Svi radovi bit će recenzirani od strane najmanje dva recenzenta. Na temeljnu recenziju urednik prihvaća rad, zahtijeva manje ili značajnije izmjene i dopune rada ili odbija rad. Ukoliko su potrebne značajnije izmjene i dopune, rad će biti ponovno recenziran. Časopis TRŽIŠTE, kao službeno glasilo CROMAR-a i Katedre za marketing Ekonomskog fakulteta-Zagreb, ima sva autorska prava na prijavljene radove. Dostavljanjem radova autori se automatski odriču autorskih prava u korist TRŽIŠTA.

Cjelovit rad (zajedno sa sažecima, prikazima, popisom literature i popisom bilježaka) može biti napisan u opsegu od minimalno 5 000 do maksimalno 7 500 riječi.

Rad treba biti napisan u trećem licu jednine (tekst rada i sažetak, hrvatski i engleski jezik).

Rad je potrebno formatirati za ispis na papiru dimenzija 210X297 mm. Dopušteno je korištenje fonta Times New Roman ili Arial, veličine 12 (osim gdje Upute navode drugačije – na primjer, izvori grafičkih prikaza i sl.). Prored treba biti 1,5.

Margine (lijeva, desna, gornja i donja) trebaju biti širine 25 mm. Tekst je potrebno poravnati do margina s lijeve i desne strane.

Stranice je potrebno numerirati u donjem desnom uglu, počevši sa stranicom broj 1.

## Tekst rada

Redoslijed dijelova teksta treba biti:

### Prva stranica

- ✓ Naslov rada
- ✓ Ime i prezime autora, titula, poduzeće, funkcija u poduzeću, adresa poduzeća, kontakt telefon/mobitel, e-mail adresa (font 10, prored 1,0)
- ✓ Sažetak rada (ne više od 200 riječi)
- ✓ Ključne riječi (ne više od 6 ključnih riječi)

### Nakon toga,

- ✓ Title of the paper
- ✓ Name of author(s) and title, company, present position, address, telephone/mobile number, email address (font 10, prored 1,0)
- ✓ Abstract (maximum 200 words)
- ✓ Key words (maximum 6 key words)

### Zatim,

- ✓ Tekst rada (počevši s naslovom prvog poglavlja, npr. 1. UVOD)

### Potom,

- ✓ Popis literature po abecednom redu

### I na kraju

- ✓ Popis bilježaka

Tekst rada treba biti podijeljen u poglavlja. Sažetak rada treba ukratko definirati temu te sažeto i jasno prikazati glavne rezultate i zaključke rada. Sažetak ne bi trebao uključivati općenite tvrdnje/izjave.

Italic i bold opcije ne preporučuju se, osim u situacijama kad je to predviđeno uputama te u situacijama u kojima autor(i) želi naglasiti pojedine dijelove teksta.

Ukoliko se koriste kratice, uvijek je potrebno pri prvom spominjanju navesti puni naziv. Primjerice, Hrvatska narodna banka – HNB; Republika Hrvatska (RH) i sl.

## Grafički prikazi

Svaka tablica, graf, slika i ostali grafički prikazi trebaju imati naslov. Naslov treba sadržavati oznaku o kakvom je prikazu riječ i redni broj te vrstu prikaza (Tablica 5, Slika 3, Graf 1, i sl.). Svaka vrsta prikaza se numerira zasebno, počevši od broja 1 (Tablica 1, Slika 1, Graf 1, i sl.). Naslov je potrebno navesti iznad prikaza i treba biti napisan u *Italicu*, prored 1,0 (*Tablica 5: Naslov*). Svaka tablica, graf, slika i drugi grafički prikazi, osim naslova, treba imati i izvor. Izvor se navodi ispod prikaza i veličine je fonta 10, prored 1,0 (Izvor: Abcdefgh).

Autor(i) je(su) dužan(ni) u tekstu rada pozvati se ili uputiti čitatelja na sve grafičke prikaze.

Kod pozivanja ili upućivanja na prikaze u tekstu, poželjno se pozivati na brojeve prikaza (U Tablici 8; Slika 3, itd), a izbjegavati oblike poput "u tablici koja slijedi", "slika iznad", "na grafu ispod" i slične formulacije.

Tablice, grafove, slike i ostale grafičke prikaze u elektroničkoj verziji rada potrebno je staviti na kraj dokumenta, poslije krajnjih bilježaka. U tekstu je potrebno označiti mjesto gdje dolazi određeni prikaz oznakom i naslovom grafičkog prikaza (na primjer, Tablica 1: Naslov; Graf 7: Naslov, itd.).

## Popis literature

U popis literature navode se samo oni autori i djela, odnosno internetske stranice na koje se autor(i) poziva(ju) u tekstu, tj. u bilješkama i izvorima grafičkih prikaza.

Popis literature navodi se abecednim redom autora počevši s rednim brojem jedan.

### Knjige

1. Kesić, T.: **Integrirana marketinška komunikacija**, Opinio d.o.o., Zagreb, 2003.
2. Gillespie, K., Jeannet, J.P., Hennessey, H.D.: **Global marketing – An interactive approach**, Houghton Mifflin Company, Boston, MA, 2004.

### Poglavlje u knjizi

1. Pavičić, J.: Marketing neprofitnih organizacija – poglavlje u knjizi: Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (urednici): **Marketing**, Adverta, drugo izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb, 2004.

### Rad objavljen u zborniku radova s konferencije

1. Ozretić Došen, Đ. – Škare, V. - Krupka, Z.: Advances in Using Internet as New Distribution Channel for Services - Croatian Consumers' Experiences. Proceedings of the Fourteenth World Business Congress 'Global Business: The Challenges and Responsibilities in a World of Shifting Alliances'. IMDA. Urednici: Kaynak, E., Harcar, T.D. July 10-14, 2005. Granada (Spain). Vol. XIV., 2005., str. 681-688.

### Članak u časopisu

1. Stevenson, T.H., Cabell, D.W.E.: Integration transfer pricing policy and activity-based costing, **Journal of International Marketing**, Vol. 10, No. 4, 2002., str. 77-88.

### Članak u elektroničkom časopisu

1. Lynch, T., Szorenyi, Z.: Dilemmas surrounding information technology education in developing countries, The Electronic Journal of Information System in Developing Countries, Vol. 21, No. 4, 2005., str. 1-16. Dostupno na: <http://www.ejisdc.org> (22.08.2005.).

### Internetske stranice

1. Hrvatska narodna banka: Kamatne stope. Dostupno na službenim internetskim stranicama Hrvatske narodne banke,

<http://www.hnb.hr/monet/hmonet.htm?tsfsg=6882b7582195bf92127d3788a64fb794>, (27.11.2006.).

## Popis bilježaka

U tekstu rada bilješke trebaju biti označene arapskim brojevima počevši od broja jedan.

Sadržaj bilježaka treba, pod istim brojem, biti naveden i na kraju rada (poslije popisa literature).

Popis bilježaka potrebno je napisati veličinom fonta 10.

Načini pisanja bilježaka:

- ukoliko se pojedini autor spominje po prvi put, bilješka se navodi na sljedeći način:

Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: **Međunarodni marketing**, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 456.

- ukoliko se bilješka poziva na isto djelo kao i prethodna, koristit će se oblik:

Ibid., str. 568.

- ukoliko se u radu poziva na više djela istog autora, bilješke se označavaju na sljedeći način:

Kesić, T.(a): **Ponašanje potrošača**, Opinio d.o.o., Zagreb, 2006., str. 125.

Kesić, T.(b): **Integrirana marketinška komunikacija**, Opinio d.o.o, Zagreb, 2003., str. 554.

- ukoliko se bilješka odnosi na djelo na koje se već pozivalo, a nije prethodna bilješka, upotrebljava se sljedeći oblik:

Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 120-125.

- ukoliko se bilješka odnosi na članak, koristi se sljedeći oblik:

Stevenson, T.H., Cabell, D.W.E.: Integration transfer pricing policy and activity-based costing, **Journal of International Marketing**, Vol. 10, No. 4, 2002., str. 79.

- ukoliko je izvor internetska stranica, obavezno se navodi datum preuzimanja podataka s internetske stranice, i to na sljedeći način :

Preuzeto sa službenih internetskih stranica Državnog zavoda za statistiku, [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr), 16. lipnja 2006. godine

- bilješke koje se pozivaju na interne podatke/materijale poduzeća, navode se u sljedećem obliku:

Prema internim materijalima poduzeća Kraš d.d. – Zagreb

\* \* \* \* \*

Molimo, ne zaboravite navesti potpune i točne adrese autora. Označite autora s kojim je potrebno komunicirati.

Dva primjerka ispisa i elektroničku verziju rada (CD) potrebno je poslati poštom na adresu:

**Mr. sc. Zoran Krupka**  
**Ekonomski fakultet-Zagreb**  
**Za 'TRŽIŠTE'**  
**Trg J.F. Kennedyja 6**  
**10000 Zagreb – CROATIA**

Radovi koji nisu napisani u skladu s uputama neće biti uvršteni u proces recenzija za objavljivanje u časopisu 'TRŽIŠTE'.

Uredništvo