

GODINA XLIX, Broj 1935, Petak 12. ožujka 2010.
LIST DIONIČKOG DRUŠTVA 'PODRAVKA' KOPRIVNICA



PODRAVKA



Vegeta Natur

Podravka financijski poduprla 10 koprivničkih sportskih klubova (7)

Konferencija prodaje i marketinga Podravke Beograd (8)

Lino®

te vodi na



ŠETNJU S DINOSAURIMA SPEKTAKL U ARENI



14. - 18. travnja 2010. / ARENA ZAGREB

KAKO DO KARATA?

Igrajte nagradnu igru i osvojite 5x4 karte za spektakl

- na prodajnim mjestima na području RH kupite 2 proizvoda Lino žitarica (Crunch, Crisp, Crocs) bilo koje gramature
- pošaljite račune sa osobnim podacima (ime, prezime, broj telefona i naziv organizacijske cjeline) na adresu:
Podravka (za nagradnu igru „Lino te vodi u šetnju“)
Marketing, 1.kat, soba 109
A. Starčevića 32, Koprivnica
- trajanje nagradne igre:
03. – 31.03.2010.
- izvlačenje dobitnika:
02.04.2010.
- objava imena dobitnika:
09.04.2010.



Kupnjom putem Podravka Intraneta

- karte se mogu kupiti po promotivnim cijenama od 140 kn, 160 kn i 200 kn
- zabilježiti se možete na našim Intranet stranicama od 03. – 30.03.2010.
- plaćanje se može izvršiti putem obustava, na 6 rata
- kupljene karte mogu se podići u razdoblju od 02. – 09.04. na blagajni Podravke od 7-14h, a zaposlenici Belupa – Razvoj ljudskih potencijala, Vargovićeve 4



www.podravka.com

IMPRESSUM

NOVINE DIONIČKOG DRUŠTVA PODRAVKA

PODRAVKA, prehrambena
industrija, d.d. Koprivnica

Za izdavača: Dijana Jendrašinkin

Urednica: Ines Banjanin

Redakcija lista: Ines Banjanin,
Boris Fabijanec, Berislav
Godek, Vjekoslav Indir, Dijana
Jendrašinkin, Mladen Pavković

Lektura: Ivana Korošec Vujica

Grafička priprema i dizajn:
www.borisbenko.com

Naklada: 8.000 primjeraka

Adresa: Ante Starčevića 32,
48000 Koprivnica

Telefoni: 048/651-220 (urednik)
048/651-505 (novinari)

Faks: 048/621-061

e-mail: novine@podravka.hr

Tisak: Kersch Offset



Piše: Ines Banjanin, glavna urednica

Uvodnik

Drage Podravkašice i Podravkaši, među Podravkinim brojnim poznatim markama, proizvod koji se može pohvaliti svojim uspješnim višedesetljetnim postojanjem svakako je Vegeta. Gotovo da je teško zamisliti pripremu ručka u kojemu bismo zaobišli neki od proizvoda iz Vegetinog asortimana, bez obzira je li riječ o juhama, salatama, umacima ili roštilju. Protekle smo godinu interno nazvali godinom Vegete zbog obilježavanja njezinog polustoljetnog postojanja, a ove se godine Vegeta pomladila, odnosno pod svoje je okrilje dobila novi proizvod – Vegetu Natur. Upravo o tom proizvodu govorimo i na uvodnim stranicama naših novina. Marketinški i razvojni tim Vegete prisjetio se obilježavanja Vegetinog rođendana, ali i otkrio nam kako nastaje proizvod od ideje do njegovog pojavljivanja na trgovačkim policama. Više o tome možete doznati na 4. i 5. stranici naših novina.

Vjerojatno ste puno puta čuli izreku "U zdravom tijelu, zdrav duh". Bavite li se i sami nekom sportskom aktivnošću, bilo samo rekreativno ili možda čak profesionalno, onda zasigurno znate da je i ta izreka opravdana. Budući da nam i proljeće sramežljivo kuca na vrata, pravo je vrijeme za započeti s nekom sportskom aktivnošću ako ste je slučajno, kao i ja, zanemarili ove zime.

Od ranije vam je poznato da je Podravka pomagala sportske djelatnosti koprivničkih klubova pa je i ove godine odlučila financijski poduprijeti deset klubova s područja grada. Ovoga su tjedna potpisani sponzorski ugovori s predstavnicima klubova, od kojih čak sedam nosi ime Podravka.

U Koprivnici se prvi puta održava i ligaško malonogometno natjecanje u ženskoj konkurenciji u kojem nastupa pet ženskih ekipa, a nama je posebno zanimljivo bilo pratiti i

Podravkašice koje su se okušale u ovom sportu. S Podravskim gazelama susreli smo se u sportskoj dvorani Srednje škole, nakon upravo odigrane utakmice.

Od ostalih novosti izdajamo konferenciju održanu u Beogradu, a kolegama iz Podravke Beograd čestitamo njihov deveti rođendan, koji je proslavljen svečano i radno upravo na konferenciji prodaje i marketinga. O prodajnim i marketinškim planovima za 2010. godinu, što su i bile neke od tema konferencije, doznajte na 8. i 9. stranici lista "Podravka".

I danas se u svakodnevnim razgovorima često spominje kriza u društvu, gospodarstvu, a u krajnjem slučaju i našim džepovima. Ponekad služi i za opravdanje nekih postupaka, ali kako se oduprijeti krizi ili kako se protiv nje boriti... Kolege iz sektora Ljudski potencijali odlučili su se protiv krize boriti obrazovanjem. Naime, već više od dvije i pol godine u Podravkinim Ljudskim potencijalima uspješno djeluje projekt e-obrazovanja koje je dostupno elektroničkim putem. Odgovore na pitanja zašto je u današnje vrijeme nužno cjeloživotno učenje i zašto se ovakav način učenja smatra jednostavnim i korisnim saznajte na 10. i 11. stranici.

Na stranicama Coolinarike upoznajte Cool chefa mjeseca siječnja i doznajte više o cool susretu u Veleusu.

Vjerujem da će vas razveseliti i bon za uskršnicu u vrijednosti od 400,00 kn, a kad zatvorite novine, počnite razmišljati o proljetnom pospremanju, jer Uskrs je za manje od mjesec dana. Vrijeme se nećka bi li ostalo u zimi ili zakoračilo u proljeće, a nama preostaje nadati se da ćemo, ne samo kalendarski nego i klimatski, zakoračiti u proljetne dane već do sljedećeg broja lista Podravka koji izlazi 26. ožujka.

Cjenik oglasnog prostora u listu 'Podravka'

(1/1)

oglasni prostor cijele stranice
200 x 275 (+3) mm
2.000,00 kn

(1/2)

oglasni prostor polovice stranice
80 x 231 mm ili 165 x 115 mm
1.000,00 kn

(1/3)

oglasni prostor na zadnjoj stranici
108 x 150 mm
700,00 kn

(1/4)

oglasni prostor četvrtine stranice
80 x 110 mm
500,00 kn

Vegeta Natur

Inovacija koja kreira trendove

Proteklu smo godinu nazvali godinom Vegete i njezinih pola stoljeća postojanja proslavili u gradovima diljem Hrvatske, ali i izvan granica. Vegeta je obukla zlatno slavljeničko ruho, zasjala u plavoj staklenoj dozi, ali to je tek djelić priče...

- Kao što ste rekli, prošla godina bila je u velikom znaku Vegete jer smo obilježavali 50. godišnjicu brenda, ali i ostali brendovi iz portfelja PP Dodataka jelima ostvarili su zapažene poslovne rezultate, posebno Fant i Warzywko. U teškoj, vrlo izazovnoj godini, pod utjecajem velike ekonomske krize i s prodajom naših brendova, u 40-ak zemalja svijeta (dominantno Vegete) uspjeli smo ostvariti rast količinske prodaje, zadržati, čak i povećati tržišne udjele. Ne treba zaboraviti da su naši brendovi gotovo u svakoj zemlji bitno skuplji od konkurencije, što u teškoj godini krize rezultat čini još i boljim. U svakom slučaju, dobro smo utabali pozicije za godine koje slijede, rekao je direktor sektora Poslovni program dodaci jelima Dino Bijač.

Na pitanje što očekuje u ovoj godini,

Dino odgovara:

- Neće nam biti lako jer se i dalje borimo s vrlo teškom ekonomskom situacijom i izuzetno jakim internacionalnim i lokalnim konkurentima na svim tržištima, no siguran sam da će naša pozicija vrlo skoro biti još i bolja. Razlogom optimizmu leži u činjenici da smo krajem 2008. godine pokrenuli novi inovacijski ciklus u PP-u Dodaci jelima, s vrlo jasnom, konkretnom i preciznom strategijom što ćemo činiti i ciljevima koje želimo ostvariti. Rezultati tog ciklusa opipljivi su kroz nove proizvode koje smo lansirali u prošloj godini i čiji efekti su se već počeli konkretnije pokazivati u rezultatima prodaje.

Prošle je godine u potpunosti revitaliziran i oživljen brend Fant, a obogaćen je i proširen asortiman...

- Na taj smo se način približili mlađim potrošačima i istim ćemo smjerom i nastaviti. U okviru Vegete lansirali smo limitirano zlatno pakiranje u povodu 50. rođendana, vrlo ekskluzivnu

Za jedno pakiranje
Vegete Natur
osušeno je 450
grama svježeg
povrća



Vegeta Natur – što je to?

Vegeta Natur je potpuno prirodno pripremljena od pod suncem uzgojenog povrća i bez dodataka. Za super bogat i prirodan okus dovoljno je jelu dodati Vegetu Natur, sa čak **9 vrsta povrća, bez pojačivača okusa i dodanih aroma i bojila**. U jednoj žlici Vegete Natur nalaze se celer, peršin, mrkva i luk – četiri mušketira koja nijednoj kuhinji ne smiju manjkati, zatim paprika, pastirnjak, češnjak, poriluk, krumpir, kralj začina papar i kurkuma. U samo jednom paketu Vegete Natur nalazi se čak 450 grama prirodno osušenog svježeg povrća. Vegeta Natur je tradiciju i kvalitetu spojila sa živim i jasnim aromama i upečatljivim prirodnim okusima koji ne dominiraju jelom, već ga fino i prirodno nadopunjuju.



Marketinška kampanja

Spot s povrćem u glavnoj ulozi

U okviru marketinške kampanje emitirat će se i TV spot, snimljen tijekom veljače u Zagrebu. Na snimanju TV spota bili su angažirani vrhunski profesionalci s područja filmske produkcije, režije i food stylinga iz Hrvatske i inozemstva. Po prvi puta materijal je snimljen s posebnom digitalnom kamerom PHANTOM koja snima i do 2000 sličica u sekundi i kojom su u posebnoj tehnici snimljeni kadrovi povrća. Budući da je velika količina prirodnog povrća ključni argument Vegete Natur, u spotu je glavna uloga pripala upravo povrću. Posebno za potrebe snimanja TV spota neki su "glumci" stigli čak iz inozemstva, baš poput mrkve koja je stigla avionom, direktno s burze povrća u Nizozemskoj.



Znate li što je to kurkuma?

Za žutu boju Vegete Natur zaslužna je kurkuma, začini koji osim okusa daje i bogatu žutu boju. Ona potječe od pigmenta kurkumina. Kurkuma se već tisućama godina u Indiji koristi kao začini, ali i kao sastojak koji na potpuno prirodan način hrani daje boju.

staklenu dozu, Vegeta piletinu za tržište Rumunjske, Slatku papriku mix, Zelenu gredicu (kopar) za tržište Rusije, Vegeta kocke za tržište Australije. Lansirali smo i nekoliko novih proizvoda u okviru marke Warzywko. Puno je novoga i u pripremi i uskoro slijede lansiranja u Poljskoj i Hrvatskoj.

Jesu li to zaista svi projekti?

- To su uglavnom najvažniji projekti koje smo izbacili na tržište lani. Ali ne i svi (smijeh); krajem godine lansirali smo Vegetu Natur čije je lansiranje u Hrvatskoj započelo prije par dana. Ovaj proizvod zasigurno će izazvati puno pažnje kod potrošača jer je potpuno u skladu s modernim životnim trendovima i predstavlja istinsku tržišnu inovaciju. Za nas Podravkaše rekao bih da je iskorak još i puno veći. Tijekom razvoja samog proizvoda suočavali smo se s brojnim pitanjima i preprekama, ali ono što je cijelim putem bilo neupitno je interna podrška kako Uprave, tržišta, ostalih sektora s kojima smo surađivali te jako predan i marljiv rad kolega iz razvoja i marketinga PP Dodataka jelima. No, da ne pričam samo ja, predlažem da kolege iz tima daju detaljniji uvid u sam tijek nastanka Vegete Natur.

Godina u znaku Vegete Natur

Ove su godine nastavljene aktivnosti započete u 2009., primjerice Vegetina nagradna igra, koja se pokazala izvrsnom prema odazivu potrošača... Koje su još marketinške aktivnosti planirane u ovoj godini, odnosno je li ovo godina Vegete Natur i hoće li se u okviru marketinških aktivnosti naglasak stavljati i na druge "Vegeta" proizvode?

- Godina 2010. bit će definitivno godina Vegete Natur. I ne samo 2010., već i godine koje će uslijediti nakon toga. Riječ je o proizvodu koji svojim karakteristikama i potencijalom koji nosi za budućnost to uistinu i zaslužuje. U pripremi je uistinu zanimljiva marketinška kampanja kojom ćemo komunicirati vrijednosti novog proizvoda, ali na način da će se pozitivni efekti odraziti i na tržišnu vrijednost marke Vegeta općenito. Najveći dio poruka nosit će TV spot te oglasi u tisku i na radiju. Budući da se radi o vrlo modernom proizvodu, vjerujemo da će i internetska generacija biti dodatno zainteresirana za njega. Iz tog razloga pripremamo internet-sku kampanju u okviru Vegeta web stranice www.vegeta.com.hr, kao i Facebook Vegeta Natur "fun page", gdje ćemo uz osnovne informacije o proizvodu i aktivnostima na pojedinim tržištima organizirati i Vegeta Natur nagradni natječaj, rekao je direktor marketinga dodaci jelima Marcel Janeković.

- Svi marketinški materijali inicijalno će komunicirati proizvod i stvoriti početnu potražnju, prvu kupovinu, no vjerujemo da će za Vegetu Natur, baš kao što je to bio slučaj i s klasičnom Vegetom, vrlo značajnu ulogu imati upravo preporuka zadovoljnih potrošača, tzv. marketing "usta do usta" (ne "usta na usta"). Proizvod je uistinu toliko dobar da kada ga jednom probate, nikako nećete moći izdržati da ga ne preporučite prijateljima, susjedima ili rodbini. ...

Znači li to da će zbog sve te pažnje kojom okružujete Vegetu Natur drugi proizvodi u portfelju Dodataka jelima pasti u drugi plan...

- Baš suprotno. Na krilima inovacijskog ciklusa pripremili smo niz uzbudljivih proizvoda koje ćemo marketinški podržati i tijekom ove godine. Jedan od najzanimljivijih svakako je novo praktično pakiranje Vegete, doza od 400 g, koja je nakon prošlogodišnje akcije u Konzumu uspješno lansirana i na ostatak tržišta Hrvatske. Paralelno s tim nastavlja se ulistavanje doze i na ostala strateška internacionalna tržišta. U ovom preduskršnjem razdoblju, na inicijativu kolega iz marketinga tržišta Hrvatske, pripremili smo niz aktivnosti kojima ćemo pozornost potrošača dodatno usmjeriti upravo na taj proizvod.

Što kuhati sutra

Nastavljate li s razvojem portfelja marke Fant?

- Već krajem svibnja svjetlo dana ugledat će novi proizvodi, koji će još više olakšati odluku domaćicama što kuhati sutra. I novi

proizvodi su koncipirani kao kulinarско rješenje koje daje odgovor upravo na to pitanje te zaista nose jedan ogroman potencijal za rast prodaje i daljnji razvoj marke Fant.

Vegeta Natur – Moderna i rustikalna

Vegeta Natur u samom nazivu asocira na prirodnost. Kome je namijenjena i je li cilj privući nove potrošače ili pak potrošače klasične Vegete usmjeriti na Natur?

- Vegeta Natur nova je generacija dodataka jelima. Radi se o istinskoj inovaciji na tržištu dodataka jelima dostojnoj tržišnog lidera – marke Vegeta. Proizvod je razvijen kao odgovor na rastuću svijest potrošača i potrebu za prirodnim jelima. Npr. proizvodi koje možemo svrstati pod nazivnik "prirodne prehrane" na tržištima EU rastu po stopi od 15% godišnje. Taj trend se u sve većoj dinamici razvija i na ostalim tržištima regije. Takav razvoj tržišta stvorio je preduvjete, a mi kao tržišni lider stvorili smo Vegetu Natur, dodaje product manager Lana Pintarić.

- Vegeta Natur idealna je za osobe koje žive modernim stilom, brinu o zdravlju i uživaju pripremati hranu s prirodnim sastojcima. Prvenstveno je namijenjena mlađim ženskim osobama koje u sve većoj mjeri žele kuhati ukusne i lagane obroke, a kada je kvaliteta u pitanju, nisu spremne ni na kakve kompromise. Budući da se radi o jedinstvenom proizvodu, on se i dizajnom znatnije razlikuje od ostatka asortimana Vegete. Iako je tu i dalje prisutan prepoznatljiv Vegeta logo na plavoj pozadini, korištene su nježne boje i ilustracije povrća koje asociraju na prirodnost i daju proizvodu jedan rustikalni štih. Materijal vrećice također je svojevrsna inovacija u odnosu na postojeća pakiranja. Zahvaljujući trudu stručnih timova iz Nabave i Razvoja ambalaže, uspjeli smo postići "mat" efekt folije koji proizvodu daje dodatnu prirodnu notu, a vrlo je popularan na tržištima EU.



Piše: Ines Bonjanin, Snimio: Berislav Godec

Iza svakog novog proizvoda stoje sati i sati rada

Potrošači se s gotovim proizvodima susreću tek u trgovini gdje im se nudi velika mogućnost izbora, međutim nas zanima i kako teče proces nastajanja proizvoda, od ideje do konačnog lansiranja na police i zašto izabrati upravo Vegetu Natur, a Služba Razvoj dodataka jelima ima odgovor na sva ta pitanja.

- Cilj nam je bio zadržati prepoznatljivu Vegeta kvalitetu, no ipak ponuditi nešto novo i istaknuti dodanu vrijednost. Sam nastanak proizvoda odnosno prijedloga poluproizvoda, kako ga mi nazivamo, odvija se u laboratoriju Razvoja na temelju koncepta proizvoda koji priprema Marketing. Na početku odabiremo sastojke poluproizvoda. Ako je riječ o novim sastojcima, tada ih naručujemo od naših dobavljača uz pomoć službe Nabave. Nakon toga, na red dolaze laboratorijska miješanja poluproizvoda te degustacije. Paralelno s tim, Razvoj ambalaže priprema prijedloge novog pakiranja. Nakon niza degustacija definira se nekoliko prijedloga poluproizvoda koji se testiraju na tržištu. Na temelju testova selektira se najbolja receptura te se poduzimaju daljnje aktivnosti vezane uz razvoj, a potom i lansiranje proizvoda na tržište, rekla je direktorica službe Razvoj dodataka jelima Sašenka Vugrinec i dodala: - U proces nastajanja proizvoda uključena je većina Podravkinih cjelina, svatko u okvirima svojih kompetencija. Služba kontrolinga izrađuje kalkulacije prijedloga proizvoda, s Tvornicom juha i Vegete dogovara se npr. o mogućnostima proizvodnje novih pakiranja, a pomoć Službe kontrole kvalitete u cijelom je ciklusu izuzetno važna. Dakle, iza svakog novog proizvoda stoje sati i sati rada niza stručnjaka, koji svaki u svojoj domeni slažu dio slagalice koja na kraju postaje novi proizvod.

Na pitanje da li se po čemu razlikuje postupak pripreme jela s Vegetom ili je razlika samo u sastavu, odgovorila je tehnolog specijalist Vesna Majerus.

- Jela s Vegetom Natur pripremaju se na potpuno isti način kao i s klasičnom Vegetom, što nam je i bio cilj. Vegeta Natur je dodatak koji upotpunjuje i zaokružuje okus jela kojeg pripremamo. Prema prvim reakcijama naših vjernih, ali i novih potrošača, izgleda da smo se uspjeli približiti onome što smo htjeli postići. Potrošačima smo ponudili alternativu, tako da svatko, iz proširenog asortimana naših proizvoda, može izabrati nešto za sebe.

Jeste li znali – sušenje povrća?



Jedan od navoda sa stražnje strane pakiranja govori da je za jedno pakiranje Vegete Natur bilo potrebno osušiti 450 grama svježeg povrća. Interesantno je saznati da za 1 kg sušenog povrća treba otprilike 10 kg svježeg povrća. Sušenje povrća je prirodni postupak. Ubraja se u najstarije metode čuvanja namirnica, upotrebljava se još od davnih vremena Mezopotamije i Egipta, a do danas je ostala gotovo nepromijenjena. Sušenjem se uklanja većina vode koja može biti osnova za razvoj štetnih mikroorganizama i biti uzrok kvarenja. Tako osušeno povrće nije potrebno tretirati konzervansima i aditivima.

Podravkašima uskrsnica od 400 kn

U skladu s Kolektivnim ugovorom, Uprava Podravke d.d. donijela je Odluku o jednokratnom dodatku na plaću u visini od 400,00 kn u naravi, u povodu blagdana Uskrsa.

Pravo na uskrsnicu ostvaruju radnici u radnom odnosu na dan 1. ožujka 2010. godine Grupe Podravka Hrvatska, osim radnika s posebnim ugovorima i radnika upućenih na rad u inozemstvo. Dar u naravi moći će se realizirati u razdoblju od 15. ožujka 2010. godine do 30. travnja 2010. godine.

Radnicima će biti omogućeno podizanje dara u naravi s dvije potvrde u vrijednosti od 200,00 kn po vlastitom izboru u prodavaonicama Podravke d.d., Danice d.o.o. te u Umjetničkoj radionici. Radnicima u općinama rada u kojima nema organizirane maloprodaje (izvan Koprivnice) omogućit će se podizanje i podjela dara u vidu Podravkinih proizvoda odnosno paketa s asortimanom Podravke i Danice, u najbližem skladištu od 15. ožujka do 31. ožujka 2010. godine. Do 10. ožujka 2010. radnici izvan općine rada Koprivnica (Ludbreg, Varaždin...) moći će izabrati hoće li svoju uskrnicu realizirati u maloprodaji Podravke d.d. i Danice d.o.o. ili će podignuti paket. Odabir će moći napraviti putem aplikacije evidencije radnog vremena (intranet portal) ili potpisom kod voditelja evidencije.

Za podizanje dara u naravi radnicima će biti uručene potvrde, a obveza radnika

je na poledini potvrde ispisati tražene podatke, predložiti osobnu iskaznicu radi provjere podataka te se potpisati na popisima u prodavaonicama ili pri podizanju paketa.

Osobe zadužene za podizanje potvrda podignut će potvrde na blagajni u Podravki i u suradnji s voditeljima evidencija organizirati podjelu radnicima. Nakon podjele, obveza je zadužene osobe za podizanje potvrda ovjereni spisak s popisima radnika o preuzetim potvrdama vratiti na blagajnu.

Paket će sadržavati sljedeće proizvode: Vegeta vrećica 250 g, Vegeta twist grill boč. 170 g, Goveđa juha s tjest. 65 g, Kokošja juha s tjesten. 62 g, Minestrone juha 60 g, Švicarska juha 54 g, Čokolino crunch 250 g, Lino lada 200 g, Puding čokolada 3pak, Puding vanilin 40 g 3pak, Pizza ketchup, 470 g, Ajvar blagi st. 690 g, Hren st. 345 g, Senf estragon st. 350 g, Marmelada (marelica, šipak 870), Pasirana rajčica 3x200 g, Grašak lim. 280 g, Kukuruz šećerac lim. 150 g, Krastavci st. 670 g, Tuna komadići u biljnom ulju 3x120 g, Pšen. brašno t-400 oštro 2 kg, Pšen. brašno t-550 glatko 2 kg, Kokošja pašteta 135 g, Studena zelena jabuka 0,5l pet, Studena brusnica-acai 0,5l pet, Lero multired abce 0,5l pet, Lero narančamango 0,5l pet, Lero višnja-jabuka 0,5l pet, Lero instant napitak naranča 300 g, Dimljena šunka vp cijela, Čajna maxi vp cijela, Kranjska kob. 333 g, kutija.



Podravka financijski poduprla 10 koprivničkih sportskih klubova

Podravka je u cilju pomaganja razvoja koprivničkih sportskih klubova i sportske djelatnosti na području grada Koprivnice financijski poduprla 10 koprivničkih sportskih klubova. Potpisivanju ugovora u Koprivnici prisustvovali su predsjednik Uprave Podravke Miroslav Vitković te članovi Uprave Podravke Marin Pucar i Krunoslav Bešvir kao i predstavnici klubova: Šahovski klub Podravka, Karate klub Podravka, Kuglački klub Podravka, Stolnoteniski klub Podravka, Streljački klub Podravka, Hrvачki klub Podravka, Ribolovni klub Podravka, Nogometni klub Koprivnica, Konjički klub Koprivnica i Teniski klub Koprivnica.

- Amaterski sport bitan je segment cjelokupnog razvoja društva, a Podravka želi biti partner sportskim klubovima i stoga na transparentan i konkretan način nastavlja sponzoriranje klubova, prvenstveno na području Koprivničko-križevačke županije. Sport okuplja mlade ljude i pridonosi kvaliteti života, zato je ulaganje Podravke u sportski život naše županije nemjerljiv, rekao je predsjednik Uprave Podravke Miroslav Vitković, dodavši kako se kroz dobre rezultate klubova promiče i Podravkino ime te njezine marke.

Ukupna vrijednost svih ugovora iznosi 450 tisuća kuna, a osim financijske potpore klubovima, Podravka svoju društvenu odgovornost spram zajednice u kojoj djeluje iskazuje i donacijom proizvoda amaterskim sportskim klubovima.

Prodavaonice Podravke d.d. i Danice d.o.o. na kojima će se uskrsnica moći realizirati su:

- Diskont 1, A. Starčevića 32, Koprivnica, pon - pet, 7 - 20, sub 7 - 12 sati
- Diskont 3 Kifla, Trg slobode 3, Koprivnica, pon - pet, 7 - 20, sub 7 - 12 sati
- Maloprodaja Zagreb, Radnička cesta 224, pon - pet, 7 - 14 sati
- Umjetnička radionica, dvorište Muzeja prehrane, Koprivnica, pon - pet 8-16 sati
- Diskont I – na Danici, Koprivnica, Đelekovečka c. 21. pon - pet, 8 - 16 sati
- Diskont II (NON STOP) Đ. Estera 1, pon - pet, 7 - 19, sub 7 - 13 sati
- Diskont III (Kaufland), Koprivnica, pon - sub, 7 - 21, nedjelja 7-13 sati
- Diskont IV (Križevci), pon - pet, 8 - 16, sub 7 - 13 sati



Piše i snimio: Boris Fabijanec

> Bez obzira na krizu i recesiju u Srbiji, deveti rođendan Podravke Beograd dokazuje da smo na pravom putu

Deveti rođendan Podravke Beograd

Koprivničko-križevački župan Darko Koren i predsjednik Uprave Podravke Miroslav Vitković sa suradnicima – direktorom tržišta jugoistočne Europe Robertom Fodorom i njegovim zamjenikom Nediljkom Baričićem bili su gosti na konferenciji prodaje i marketinga Podravke Beograd.

Uz radni, konferencija je imala i svečani karakter s obzirom na to da Podravka slavi deveti rođendan u Srbiji. Naime, Podravka Beograd osnovana je u ožujku 2001. godine, a i dan-danas od toga datuma u njoj rade Dubravka Jevtić, Nevena Sandić, Katarina Petković i Zoran Jakanović. Pozdravljajući 50-ak srpskih Podravkaša iz prodajne i marketinške operative, Miroslav Vitković je rekao:

- Nije bilo ugodno zadnjih šest mjeseci biti Podravkaš s obzirom na mnogobrojne negativno konotirane medijske napise o

nama, ali Podravka je neuništiva kompanija, bez obzira na dubioze iz povijesti. Naš simbol – srce, u tim nam je zbivanjima možda malo bilo ranjeno, ali smo nakon toga izašli bolji, jači i veći. Naš je zadatak Podravku napraviti još boljom i većom te je novoj Upravi bio prioritetni zadatak stabiliziranje kompanije. Ona je likvidna, ima jasnu strategiju i definitivno ćemo pokazati svim skepticima da smo jedna od najjačih prehrambenih kompanija u Hrvatskoj i regiji. Naime, Podravka je jedina kompanija u Hrvatskoj koja ima svoja predstavništva u 19 zemalja te svoje proizvode na više od 500.000 prodajnih mjesta u svijetu. Imamo jake brandove i stručne ljude koji su osnova za daljnji razvoj. Došli smo ovamo u Beograd kako bismo vam pružili maksimalnu podršku, unatoč krizi, recesiji i nelikvidnosti koje haraju i srpskim tržištem, da rezultate prvog kvartala svi

skaupimo na zacrtane i planirane razine te kako bismo definitivno začepili usta svim skepticima i razno-raznim "spasiteljima" Podravke.

Čestitajući srpskim Podravkašima deveti rođendan, župan Darko Koren je pak naglasio: - Podravka i Koprivničko-križevačka županija su jedinstveni i mojim dolaskom u Beograd pokazujemo koliko županija vjeruje u ljude koji vode Podravku na čelu s predsjednikom Miroslavom Vitkovićem. Moram naglasiti kako je najveći bitni krizni dio Podravke iza nje te sugeriram svim Podravkašima da se usmjere na biznis, na prodaju jer sam duboko siguran da Podravka ima veliku perspektivu.

Organizacija i reorganizacija tvrtke, prošlogodišnji prodajni rezultati komparirani u razdoblju od 2003. do 2009. godine po grupama proizvoda, prodajni i marketinški

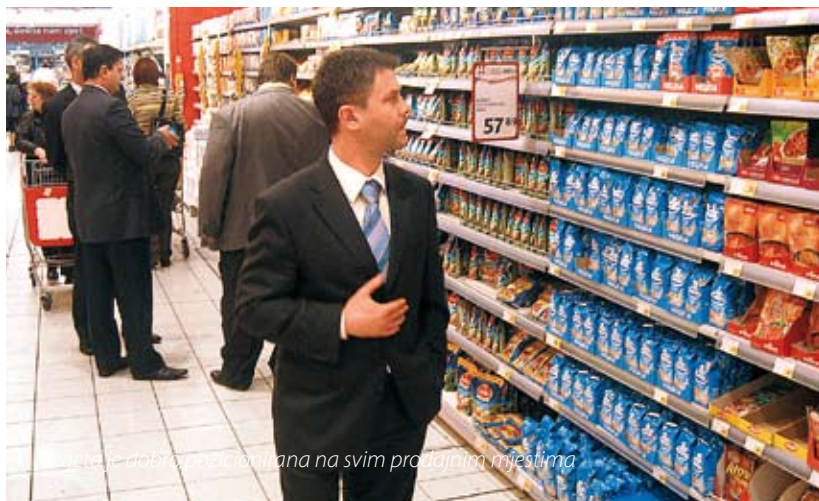
planovi za 2010. godinu, rabatna politika i mnogobrojne marketinške aktivnosti bile su neke od tema konferencije. Direktor prodaje Podravke Beograd Zoran Janković i direktorica marketinga Jasmina Ristić vrlo iscrpno, detaljno analizirajući mnogobrojne ekonomske aspekte koji se događaju ili će se događati na srpskom tržištu, zanimljivo su prezentirali daljnji razvoj Podravke na tom vrlo značajnom tržištu za našu kompaniju. Tom prigodom istaknuto je kako je Podravka u Srbiji u zadnje tri godine bez obzira na složene tržišne okolnosti organski rasla 51 posto, a primjera radi, samo u tom razdoblju je vrijednost nacionalne valute – dinara u odnosu na euro pala 24 posto. Uz to, konkurencija u prehrambenoj branši prošle godine bilježi strmoglavi pad prodaje, a Podravka unatoč krizi u odnosu na 2008. godinu bilježi pad za malo više od 1 posto. Uz 234 Podravkina proizvoda, još 116 proizvoda trgovačke robe prodaje se na tom tržištu, a ove godine se planira lansiranje dodatnih 27 novih Podravkinih proizvoda. Uz ambiciozan ovogodišnji prodajni plan, planiraju se brojne marketinške aktivnosti s ciljem daljnjeg prilagođavanja tržištu, rečeno je na konferenciji.

- Kriza je bila prošle i bit će i ove godine, ali to nas ne smije spriječiti da ostvarimo zacrtane ciljeve. Imamo puno prostora za napredak i želim od svijeta izuzetan fokus na poslovne obaveze. Očekujem bolju i kontinuiranu komunikaciju među svima vama kako bismo uspješno odradili svetinju – ovogodišnji poslovni plan, rekao je na konferenciji direktor Podravke Beograd Danijel Kocijan, a Robert Fodor je naglasio:

- Prošla godina je bila teška, a i ova će biti, ali mi moramo iz svega toga izaći jači i bolji te pobijediti u ovoj tržišnoj utakmici. Mi to znamo, možemo i hoćemo bez obzira na to što živimo u recesiji i krizi. Ne sumnjam da ćete pobijediti jer je budućnost Podravke u vašim i našim rukama.

Tijekom boravka u Beogradu čelni čovjek naše županije Darko Koren i čelni čovjek naše kompanije Miroslav Vitković sa suradnicima obišli su Podravkin vrlo funkcionalan distributivni logistički centar u Šimanovcima, nedaleko od Beograda. Na oko 4.400 četvornih metara skladišnog prostora nalaze se svi Podravkini proizvodi namijenjeni srpskom tržištu, a dodatnu funkcionalnost skladištu daje i blizina autoputa. Također, Koren i Vitković su obišli i nekoliko prodajnih centara u Beogradu, gdje su se imali prilike uvjeriti u vrlo dobru pozicioniranost Podravkinih proizvoda na policama te njihovu konkurentnost u odnosu na proizvode ostalih prehrambenih tvrtki.

> Predsjednik Uprave Miroslav Vitković i koprivničko-križevački župan Darko Koren – gosti konferencije prodaje i marketinga Podravke Beograd



...eto je dobro pozicionirana na svim prodajnim mjestima



Miroslav Vitković i Robert Fodor s četvero prvih beogradskih Podravkaša



Distributivni logistički centar u Šimanovcima



> E-tečaj
Poslovnog
dopisivanja –
prvi interno
razvijeni tečaj

Piše: Vjekoslav Indir, Snimio: Berislav Godek

Obrazovanjem protiv krize

Prošle su već dvije i pol godine otkako u Podravkinim Ljudskim potencijalima uspješno djeluje projekt e-obrazovanja. E-obrazovanje je obrazovanje koje je dostupno elektroničkim putem, a ovakav način učenja je jednostavan i koristan. Osobito ako je usmjeren na širenje i dostupnost znanja unutar jedne kompanije. Ideja je vrlo jednostavna: svakom zaposleniku na dohvat ruke dovesti specifično poslovno znanje koje mu je potrebno kako bi poslovni procesi bili brži, kvalitetniji i transparentniji. Stjecanje novih znanja i vještina ujedno je omogućeno svima nama koji smo na to spremni, a nemamo mogućnosti ili vremena za usvajanje znanja uvriježenim obrazovnim kanalima. Bio je to povod da se

uputimo do ureda Snježane Šlabek i Vanje Čulić te doznamo više o razvoju ove metode učenja u Podravki.

- Uvođenje e-obrazovanja u Podravku podijelili smo u tri faze. Projekt e-obrazovanja započeo je 2008. godine s pilot verzijom u prvoj godini, slijedilo je uvođenje informatičkih i engleskih tečajeva, čime su postignute prve značajne uštede u obrazovanju, a u trećoj godini koja je u tijeku započelo se s vlastitim razvojem i aktivacijom internog potencijala znanja. Kako bi ideja profunkcionirala, bilo je potrebno puno rada i podrške. Podrška nije izostala prvenstveno od direktora Ljudskih potencijala Marka Ranićevića ni Tatjane Jukić, voditeljice odjela za edukaciju, ali ni Darija Galinca, direktora

Informatike i vizionara koji je prepoznao i podržao ovaj projekt od samog početka. Također, nije izostala podrška ni Renate Tomerlin, Iris Klamp i Vlade Lauša iz Studija za dizajn, a s tehničke strane Ivana Bedija iz Informatike, voditelja tehničke implementacije. Zahvalu zaslužuju i Goran Klić, Dražen Porić i Krunoslav Večenaj iz Informatike, odmah na početku našeg razgovora ističu i Snježana i Vanja.

- Danas je pred nama cilj kako zabilježiti sva poslovna znanja iz dobre prakse zaposlenika Podravke. Zaposlenici posjeduju konkretna znanja i iskustva, oni su stručnjaci u nekom području i njihovo znanje važno je početi bilježiti, a e-tečajevi su idealna platforma za sve koji to žele ili trebaju usvojiti.

Primjerice, neki dobar primjer vođenja projekta, kako raditi sa specifičnim maskama u SAP-u, kako se bolje upoznati s određenim novim zakonom kojeg moraju svi na određenim pozicijama usvojiti ili primjerice provesti edukaciju menadžera u proizvodnji, itd. Njihove dobre prakse želimo bilježiti, od tog znanja raditi e-tečajeve i tako omogućiti bržu implementaciju procesa, a time i manje grešaka u poslovanju, ujednačiti znanje i omogućiti brže kolanje informacija. Cilj e-obrazovanja je razvijati znanja specifična za našu prehrambenu industriju tako da budu od koristi zaposlenicima Podravke, govori nam Vanja Čulić koja zajedno sa Snježanom Šlabek radi na daljem razvoju e-obrazovanja u Podravki.

Zadnja u nizu zapaženih aktivnosti s kojom smo se susreli, a došla je iz radionice e-obrazovanja, bila je zanimljivo koncipirana nagradna igra. Bio je to uvod u tečaj Poslovnog dopisivanja.

- Znamo da Podravkaši pišu dobre poslovne dopise, neki od njih bili su nam i pozitivni predlošci za izradu tečaja. Nije nam cilj naučiti ih kako se piše poslovni dopis, nego da im ukažemo na najčešće pogreške te da im ovaj tečaj bude neki vid podrške kod nedoumica koje im se mogu javiti prilikom pisanja dopisa. Tako tečaj ima devet interaktivnih poglavlja, sadrži mnogobrojne kvizove i pitalice, a svako poglavlje ima edukativni i zabavni dio. Tečaj je napravljen po pedagoškim standardima elektroničkog učenja i prilagođava se različitim stilovima učenja kroz interaktivne zadatke, objašnjava Snježana o tečaju koji je prvi sasvim interni proizvod e-obrazovanja unutar Podravke. Za taj tečaj već postoji interes drugih kompanija da ga otkupe za svoje potrebe te je prvi interni e-tečaj "Poslovno dopisivanje" svojevrsno predjelo.

- Krenuli smo od pismene komunikacije kao krvotoka svake tvrtke, a opsežan tečaj zamišljen je kao poslovna pametna igračka, moz-

galica, koja služi svakom korisniku za dodatno samopouzdanje kod dopisivanja jer se fokusira na najčešće pogreške u dopisivanju i "brušenju" već postojećeg znanja.

- U razvoj e-tečaja Poslovno dopisivanje uloženo je puno sati rada i specifičnih vještina. Tako ovakve interne e-tečajeve ne rade agencije, već se sve odvija ovdje u Podravki, u Odjelu za edukacije: od same izrade portala, specifičnog poslovnog sadržaja pretočenog u tečaj, internog marketinga, instruktorskog dizajna do rada u specijalističkim alatima za izradu e-tečaja, kao i pedagoških vještina potrebnih da se napravi dobar tečaj koji zadovoljava različite modele učenja. Razvoj tek kreće, a slijede mnogi drugi tečajevi uže vezani za samo poslovanje Podravke i vrlo brzo će ih vidjeti i moći koristiti svi zainteresirani Podravkaši, kaže Vanja.

Također, daljnji razvoj internog znanja kompaniju neće koštati nika kva daljnja ulaganja ili plaćanja usluga vanjskim agencijama, što je bitno naglasiti. Koliko je velik potencijal širenja znanja unutar kompanije vidi se npr. iz činjenice da bi kompanija, da šalje na klasičan tečaj Poslovnog dopisivanja 540 zaposlenika, koliko ih je trenutno prijavljeno na e-tečaj Poslovnog dopisivanja, morala izdvojiti 1400 kuna po polazniku, ne računajući putne troškove, što iznosi sveukupno 756.000 tisuća kuna.

- Dostupnost specifičnog poslovnog znanja nam je glavna ideja vodilja. Ako npr. direktor određenog sektora želi da svi njegovi zaposlenici prođu određenu obuku, u dogovoru s njim oblikujemo e-tečaj i svi zaposlenici ga dobiju na zaslon svojeg računala. Time se postiže ujednačena obuka, a svatko na svojoj razini tako ima mogućnost dodatnog usavršavanja. Svim ovime omogućujemo pravo na cjeloživotno učenje i poslovno usavršavanje velikom broju Podravkaša koji imaju i tehničke preduvjete za polaganje e-tečajeve, zaključuju Snježana i Vanja.



Piše: Vjekoslav Indir, Snimio: Berislav Godek

broj Podravkaša pa je pristiglo i više od 560 točnih odgovora. Prilikom svečanog uručivanja nagrada najuspješnijima, koje je održano u velikoj konferencijskoj dvorani Podravkine sedmerokatinice, direktor sektora Ljudski potencijali Marko Ranilović naglasio je da su osmislili interaktivnu nagradnu igru upravo kako bi već i njome zaposlenicima približili metodu e-učenja. Prvih 50 "najbržih prstića" dobilo je, osim samog e-tečaja i mali dar iznenađenja. Bile su to prigodne majice sa znakom zagriznute jabuke kao simbola kojim smo spremni zagristi i znanje.

Podsjetimo, e-obrazovanje dostupno je svim zaposlenicima koji imaju računalo spojeno na intranet, a osim učenja i usvajanja različitog znanja, na ovaj se način širi korporativna kultura cjeloživotnog učenja i dijeljenja znanja Podravkaša. Već je najavljen i sljedeći novi e-tečaj o upravljanju sigurnošću hrane, a ubrzo nakon njega uslijedit će e-tečajevi i na druge zanimljive teme. Važno je spomenuti da će i svi ostali koji su poslali točno rješenje također dobiti pristup tečaju.

Najbrži prstići

Sektor ljudskih potencijala prošlog je mjeseca na Podravkinom intranetu pokrenuo nagradnu igru

"zagrizi znanje" u cilju promoviranja novog e-tečaja "Poslovno dopisivanje". Nagradna igra zainteresirala je veliki



Piše: Jadranka Lakuš

Čokolino višebojac zagrijao male Slavonce i Zagorce

Učenici OŠ Vilima Korajca iz Kaptola, općine u slavonsko-požeškoj županiji s neskrivenim su zadovoljstvom dočekali Čokolino višebojac i goste nogometaša Roberta Špehara i rukometašicu Martinu Raguž. Pozdravili su ih frenetičnim pljeskom, a jednako su glasni bili kada se poznatim sportašima pridružio i medvjedić Lino. Štoviše, Lino je bio pravi hit, s njim su se željeli slikati i učenici osmih razreda i njihova mala braća koju su roditelji povelili kako bi dali podršku višebojcima, njegov lik našao se na desetak ručno oslikanih transparenata, njemu u čast je dramska grupa učenika pripremila simpatični igrokaz, a nastavnik tjelesnog spjevao pjesmu. Za tu silnu simpatiju Lino je uzvratio poklonima – svaki učenik dobio je Lino ladu, a u školskoj kuhinji pripremljena je degustacija Čokolino napitka.

Kaptolski Čokolino višebojac najbolji je primjer koliko djeci i nastavnicima u malim sredinama znači mogućnost sudjelovanja u ovakvim projektima. Svi su nastojali dati najviše od sebe, kako djeca i nastavnici koji su pripremili odličan kulturno-zabavni program, tako i sportaši koji su doslovce ginuli za svaki bod. Posebna priča bili su navijači koji su grlenim navijanjem, pjesmom i bodrenjem svojih razrednih junaka zaslužili čistu peticu. Ponijeli su i inače raspoloženog voditelja Roberta Anića koji je i sam pjevao, skakao te duhovitim dosjetkama dizao cijelu dvoranu na noge. Pravog partnera pronašao je u Robertu Špeharu kojem je ovo bio drugi čokolinač, a koji



je s puno veselja višebojcima pomagao u povlačenju užeta, realizaciji penala i skakanju u vrećama. Radost druženja s djecom s njima je podijelila i Martina Raguž koja je na kraju čestitala pobjednicima – Ivani Grgić i Ivanu Hruški.

Dobra kombinacija gostujućih sportaša – rukometašica i nogometaš, iskoristištena je i u školi Augusta Cesarca u Krapini u kojoj su se s višebojcima družili vratarka RK Podravka Vegeta Ivana Jelčić i legendarni Dinamovac Silvio Marić. Silvio je kao već prokušani Čokolino višebojac naprosto letio terenom pokazujući odličan smisao za animaciju djece, posebice ekipe

petaša i osmaša, stalno izazivajući Ivanu koja je pod svoje uzela djecu iz sedmih i šestih razreda. Na kraju je Silvio zadovoljno trljao ruke jer su oba pobjednika – Mihaela Bosak kod djevojčica i Denis Gamilec kod dječaka bili upravo iz osmih razreda. Oni su već počeli sanjati svoj sportski san koji im može omogućiti konačna pobjeda u finalu. A u Krapini su zapravo pobijedili svi – i mali folklorasi koji su "tancali" s osmijehom, školski zbor s odličnom pjesmom na kajkavskom, talentirani plesači engleskog valcera, raspoloženi harmonikaški orkestar. Ponovo se pokazalo da sport i kultura mogu ruku pod ruku.

Podravkašice koje subotom postaju "Podravske gazele"

Koprivnička udruga za rekreativni sport (KURS) osnovana je u prosincu prošle godine sa svrhom promicanja te plan-skog i organiziranog razvoja malonogometnog i drugog rekreativnog sporta na području Koprivnice. Za predsjednika je izabran Tomislav Zalar.

Ideja je bila okupiti ljude raznih profila zanimanja koji su svojim znanjem ili mogućnostima spremni pomoći u organizaciji i promicanju rekreativnog oblika natjecanja. U kratkom vremenu udruga je uspjela okupiti veliki broj članova i simpatizera koji svojim idejama i trudom osiguravaju napredak rekreativnog sporta.

Prvi projekt KURS-a je malonogometna "KC liga", natjecanje nogometnih amatera i veterana, tj. "haklera". U muškoj konkurenciji nastupa 12 momčadi, a prvi put u Koprivnici se održava i ligaško malonogometno natjecanje u ženskoj konkurenciji, na kojem nastupa pet ženskih ekipa. Posebnost natjecanja je što pravo nastupa nemaju igrači koji su u zadnjih šest mjeseci odigrali službeni utakmicu u bilo kojoj nogometnoj ligi. Utakmice se igraju za prestiž, a pobjedničke ekipe za nagradu će dobiti

komplet dresova. Natjecanje se održava subotom od 18 do 22,30 sati u sportskoj dvorani Srednje škole, gdje igrače dolaze bodriti cijele obitelji, od najmlađih do najstarijih članova. Upravo je to i ponukalo organizatore KC lige da najmlađe dodatno razvesele besplatnim Kviki grickalicama i druženjem s Podravkinom maskotom Kvikijem.

Od mnogih Podravkaša koji su zaigrali u KC ligi posebno je zapažen nastup ženske ekipe "Podravske gazele" koje su pred 400-tinjak gledatelja pokazale umjetnost "hakljanja" i pobijedile žensku ekipu Grada s uvjerljivih 3:0, a svaki dobar potez nogometašica gledatelji su nagradili snažnim pljeskom. Podravkašice koje su zaigrale u "Podravskim gazelama" su Nikolina Notersberg (voditeljica Pogona poslovi dorade), Štefica Mehkek (Key account manager), Natalija Milošević (direktorica službe Upravljanje izvorima financiranja) i Ivana Novak (tehnologinja).

- Podravske gazele i cjelokupna KC liga na mene su djelovale kao neki eliksir mladosti i dugovječnosti, jer sam ponovo počela raditi ono što zaista volim i svakodnevno uživati u

druženju s divnim ljudima na poslu i u slobodno vrijeme, rekla je Nikolina Notersberg.

- U kratko smo vrijeme uspjele ovladati "čarima hakla", o čemu prije samo par mjeseci nisam ni razmišljala. Pozitivna atmosfera u dvorani zaista je nevjerojatna, a sam događaj neusporediv je s bilo kojim sličnim natjecanjem u Koprivnici, rekla je Natalija Milošević, dok joj je na licu još bio osmijeh zbog dobivene utakmice i podrške s tribina.

- Liga je u ovom obliku pokrenuta prvenstveno zbog rekreacije i druženja. Koprivničanci - rekreativci dobili su priliku pokazati svoje sportske talente i razveseliti svoje obitelji sportskim uspjesima. Drago nam je da je Podravka prepoznala ovaj projekt kao pozitivan iskorak u rekreativnom sportu i pružila podršku donirajući svoje proizvode. Zato pozivamo sve Podravkašice i Podravkaše u dvoranu već ove subote i vjerujemo da će biti zanimljivo, rekao je predsjednik KURS-a i Podravkin zaposlenik Tomislav Zalar, dodavši kako se KC liga igra do 17. travnja, a o budućim aktivnostima KURS-a doznat ćemo još ovog proljeća.



Prodaja SMRZNUTE RIBE uz mogućnost plaćanja na tri rate

Na ponudi su sljedeće kategorije proizvoda:

- Lignja patagonica cijela (nečišćena), pakiranje 3 kg – 87,00 kn/pakiranje
- Oslić bez glave, pakiranje 3 kg – 76,50 kn/pakiranje
- File oslića, pakiranje 3 kg – 101,70 kn/pakiranje
- Panirani riblji štapići, pakiranje 3 kg – 76,50 kn/pakiranje
- Škarpina bez glave, pakiranje 3 kg – 89,70 kn/pakiranje
- Skuša, pakiranje 3 kg – 47,70 kn/pakiranje
- Papalina, pakiranje 6 kg – 60,00 kn/pakiranje
- Plodovi mora, pakiranje 3 kg – 126,00 kn/pakiranje
- Morski pas odrezak, pakiranje 3 kg – 82,50 kn/pakiranje
- Hobotnica, pakiranje cca 3 kg – 135,00 kn/kg
- Panirano meso raka, pakiranje 3 kg – 105,00 kn/pakiranje
- Pastrva, svježa, pakiranje cca 3 kg – 102,00 kn/pakiranje
- File soma smrznuti, pakiranje 3 kg – 105,00 kn/pakiranje
- Šaran, svježi, 3 kg i više – 27,90 kn/kg
- Tolstolobik srebrni, 3 - 5 kg i više – 12,00 kn/kg
- Amur, 3 - 5 kg i više – 19,50 kn/kg

Radnici zainteresirani za kupnju mogu se predbilježiti najkasnije do 18.3.2010. na tel. 651 781 i 651 954 ili na e-mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

NAPOMENA: Podjela smrznute ribe održat će se 23.3. od 13.30 do 15.30 sati u dvorištu Galantpleta, Kolodvorska 1.

Prodaja USKRŠNJEG PROGRAMA SMRZNUTIH NEPEČENIH I POLUPEČENIH PROIZVODA "PEKARE" uz mogućnost plaćanja na tri rate

Na ponudi su sljedeće kategorije proizvoda:

- Domaći slani klipčići 50 g, (polupečeni), 40 komada u kartonu – 57,60 kn/pakiranje
- Pizza miješana 200 g, (polupečena), 16 komada u kartonu – 145,28 kn/pakiranje
- Kukuruzno pecivo 100 g (polupečeno), 30 komada u kartonu – 64,80 kn/pakiranje
- Kukuruzni kruh (francuz) (polupečeni) 250 g, 20 komada u kartonu – 128,40 kn/pakiranje
- Torbica s višnjama 100 g (nepečena), 40 komada u kartonu – 128,40 kn/pakiranje
- Torbica s višnjama 45 g (nepečena), 80 komada u kartonu – 132,80 kn/pakiranje
- Torbica sa sirom 100 g (nepečena), 40 komada u kartonu – 132,80 kn/pakiranje
- Torbica sa šunkom 100 g (nepečena), 50 komada u kartonu – 166,00 kn/pakiranje
- Roščić s marmeladom 80 g (nepečen), 40 komada u kartonu – 132,80 kn/pakiranje
- Roščić s lino ladom 80 g (nepečen), 45 komada u kartonu – 144,45 kn/pakiranje
- Polumjeseci s marmeladom 40 g (nepečeni), 168 komada u kartonu – 278,88 kn/pakiranje
- Croissant 35 g (nepečen), 100 komada u kartonu – 94,00 kn/pakiranje
- Hrenovka u tijestu 110 g (nepečena), 40 komada u kartonu – 212,40 kn/pakiranje

Radnici zainteresirani za kupnju mogu se predbilježiti najkasnije do 18.3.2010. na tel. 651 781 i 651 954 ili na e-mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

NAPOMENA: Podjela smrznutih nepečenih i polupečenih proizvoda "Pekare" održat će se 24.3. od 13.30 do 15.30 sati u dvorištu Galantpleta, Kolodvorska 1.

Prodaja SIREVA proizvođača Vindije uz mogućnost plaćanja na tri rate

Na ponudi su sljedeće kategorije proizvoda:

- VARAŽDINEC (1600 – 1800 g) po cijeni 39,45 kn/kg
- GOUDA 2,5 kg po cijeni 39,45 kn/kg
- VARAŽDINSKI TRAPIST, 1,5 kg po cijeni 52,58 kn/kg

Radnici zainteresirani za kupnju mogu se predbilježiti najkasnije do 18.3.2010. na tel. 651 781 i 651 954 ili na e-mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

NAPOMENA: Podjela sireva održat će se 24.3. od 13.30 OD 15.30 sati u dvorištu Galantpleta, Kolodvorska 1.

Prodaja USKRŠNJEG PROGRAMA MESA Danice uz mogućnost plaćanja na tri rate

Na ponudi su sljedeće kategorije mesa:

- Dimljena rolana šunka VP (cijela) po cijeni od 47,36 kn/kg
- Dimljena rolana lopatica VP (cijela) po cijeni od 36,29 kn/kg
- Dimljeni svinjski vrat BK VP po cijeni od 48,59 kn/kg
- Dimljena lopatica s kostima SK VP (cijela 3 – 4 kg) po cijeni od 31,37 kn/kg

Radnici zainteresirani za kupnju mogu se predbilježiti najkasnije do 18.3.2010. na tel. 651 781 i 651 954 ili na e-mail: mirjana.cahunek@podravka.hr

NAPOMENA: Podjela uskršnjeg programa mesa održati će se 25.3. od 13.30 do 15.30 sati u dvorištu Galantpleta, Kolodvorska 1.

**UDRUGA DIONIČARA
PODRAVKE d.d. KOPRIVNICA**

Drage Podravkašice i Podravkaši, dioničari Podravke d.d., ovih dana su na vaše kućne adrese upućene pošiljke s materijalima za predstojeću Glavnu skupštinu Podravke d.d., a u kojima je i obrazac punomoći za zastupanje i glasovanje na sjednici Glavne skupštine koja će se održati 25. ožujka 2010. godine. Pozivamo vas, da date punomoć UDRUGI DIONIČARA PODRAVKE d.d. Koprivnica i to na način da u obrazac punomoći upišete svoje osobne podatke i ispod riječi PUNOMOĆ upišete UDRUGA DIONIČARA PODRAVKE d.d. Koprivnica, a zatim, da punomoć potpišete, stavite u kuvertu, koja se također nalazi u sastavu materijala za Glavnu skupštinu i kuvertu poštom pošaljete na adresu ispisanu na kuverti.

Važno je da Udruga putem punomoći za zastupanje i glasovanje ostvari što je moguće veći broj glasova na predstojećoj Glavnoj skupštini, jer time će se ojačati utjecaj malih dioničara u Glavnoj skupštini, a bit će moguće utjecati i na sastav budućeg Nadzornog odbora Podravke d.d., s ciljem da u tom tijelu mali dioničari imaju svojeg predstavnika.

S poštovanjem,
Davor Švarc, Predsjednik Udruge dioničara Podravke d.d.

**Kulturno umjetničko društvo
"Podravka" Koprivnica
Literarna sekcija
Koprivnica, 4. ožujka 2010.**

Pozivamo sve osobe koje su talentirane u pisanju proze i poezije, a osobito mlade, da se uključe u rad Literarne sekcije KUD-a "Podravka", koja djeluje još od 1975. godine.

Svi zainteresirani mogu se javiti predsjedniku sekcije Domagoju Švabeku na mobilni telefon: 098/933-5341 ili na e-mail: domagoj.svabek@podravka.hr ili svabek@gmail.com.

S radošću vas očekujemo!

Piše: doc.dr.sc. Željka Petelin Gadže, Klinika za neurologiju
Medicinskog fakulteta, KBC Zagreb; Izvor: www.zdravobudi.hr

> O epileptičkom statusu po najnovijim smjernicama govorimo u slučaju svakog epileptičkog napadaja koji traje dulje od 5 minuta



2. dio

Sve što ste htjeli znati o epilepsiji

Simptomi bolesti

U prethodnom tekstu opisivala sam generalizirane epileptičke napadaje. Druga velika skupina su tzv. parcijalni napadaji, koji se dijele na one s jednostavnom (elementarnom) i složenom (kompleksnom) simptomatologijom.

Elementarni parcijalni epileptički napadaji

Osnovna razlika između elementarnih i kompleksnih parcijalnih napadaja jest da kod prvih nema poremećaja svijesti te je u skladu s tim bolesnik u stanju opisati sve manifestacije proživljenog napada, a kod drugih dolazi do poremećaja (suzenja) svijesti. Klinička slika parcijalnih napadaja ovisi o lokalizaciji epileptičkog žarišta, odnosno o dijelu mozga koji je ishodište epileptičkog napadaja. Tako će oštećenja centra za motoriku u moždanoj kori, koji je lokaliziran u frontalnom (čeonom) moždanom režnju, dovesti do pojave relativno čestih elementarnih parcijalnih motoričkih napadaja, koji se očituju grčevima i trzajima zahvaćenog uda jedne strane tijela. Ponekad se taj napadaj postupno širi dalje, primjerice - izolirani trzaji prstiju šire se na cijelu šaku, zatim zahvaćaju cijelu ruku, jed-

nu polovicu lica, čitavu stranu tijela, itd. Tada govorimo o Jacksonovom hodu parcijalnog epileptičkog napadaja koji još nazivamo i Jacksonov napadaj. Oštećenja centra za osjet u moždanoj kori, koji je lokaliziran u parijetalnom (tjemennom) režnju, mogu dovesti do pojave senzornih simptoma poput osjećaja utrnutosti i mravinjanja u zahvaćenom udu jedne strane tijela, a moguće su i kombinacije simptoma te u tom slučaju govorimo o elementarnim parcijalnim senzomotoričkim napadajima.

Kompleksni parcijalni epileptički napadaji

U kategoriji kompleksnih parcijalnih epileptičkih napadaja najčešći su, i klinički najzanimljiviji, oni ishodišta iz temporalnog (sljepoočnog) režnja. Obično postoji predosjećaj za napad koji nazivamo aura, a najčešće se prezentira (u 90% bolesnika) s osjećajem nelagode u želucu koji se širi prema kranijalno (tzv. epigastrična aura). Nakon toga bolesnik ulazi u stanje sužene svijesti koje nazivamo pseudoabsence, tijekom kojeg djeluje smušeno, zbunjeno, ne odgovara na postavljena pitanja, nije svjestan sebe niti okoline oko sebe, također tijekom

tog perioda mogu se primijetiti automatizmi – nevoljne kretnje poput mljackanja ustima, žvakanja, kretnje rukama po odjeći (dobiva se dojam kao da bolesnik želi zakopčati gumbe na košulji itd.). Mogu se javiti i smetnje govora u smislu nerazumljivog i gramatički neispravnog govora što se naziva nefluentna motorna disfazija. Po dolasku k svijesti bolesnik je kraće vrijeme smeten, može se javiti glavobolja. Navedeni napadaj može trajati nekoliko minuta. Mogu se javiti i déjà vu (već viđeno) i jamais vu (nikad viđeno) fenomeni.

I elementarni i kompleksni parcijalni epileptički napadaji mogu se sekundarno generalizirati, što znači da nakon kraćeg ili dužeg vremena prelaze u epileptički napadaj grand mal tipa.

Epileptički status

O epileptičkom statusu govorimo u slučaju kada epileptički napadaj kontinuirano traje dulje od 30 minuta, kada postoje dva ili više napadaja koji se javljaju jedan za drugim bez da bolesnik dolazi k svijesti, a po najnovijim smjernicama u slučaju svakog epileptičkog napadaja koji traje dulje od 5 minuta.



Autor: vefa - <http://vefa.coolinarika.com/>

Cool druženje – Pitijada 2010 – Veles

> Družili smo se, svi bi nešto rekli i probali od svega po malo, tako da kad su stigle Pite pastrmaljije, svi smo već bili "puni"...

Svaki cool susret, bez razlike gdje se održava, u Makedoniji, Srbiji, Hrvatskoj, Kanadi, Australiji je lijep. I svaki naredni je ljepši od prethodnog, rađa u nama želju za novim susretom. Ovaj osjećaj i ovo mišljenje smatram da ima većina cool članova i članica koji su makar i jedanput bili na nekom cool druženju. Koliko god mi dvojili, "čarkali" se pisanjem na ovim stranicama, imali različito mišljenje o nečemu, kad se vidimo uživo, sve to nestane za tren, rasprsnje se kao mjehurić od sapunice. A zašto, kako, pitao bi netko. Osobno smatram da smo svi mi slični i da su nas ljubav prema kuhanju, želja da naučimo nešto novo, pokažemo svoje umijeće, želja da upoznamo nove ljude spojili na ovim stranicama.

Osjećaj koji sam gore opisala i želja da predstavim svoj rodni grad Veles te specijalitet grada na daleko poznat kao Veleški piti pastrmalji, naveli su me da razmišljam o cool druženju baš u ovom gradu. Ideja je pala, tema na forumu je bila otvorena. Neki su bili za, neki protiv. Upravo oni koji su bili protiv toga da se susret održi u Velesu, već su predlagali Skopje, pota-

kli su me da s još većim elanom radim oko organizacije tog cool susreta. Hvala im! Smatram da u Makedoniji, a i u ostalim državama, ima puno gradova koji su bogati poviješću, folklorom i regionalnim specijalitetima te da bi ih se trebalo predstaviti svima koji ih ne poznaju i koji nisu u mogućnosti toliko putovati. I zato ću vam uskoro predstaviti svoj grad, njegovu povijest, arhitekturu, folklor, specijalitete...

Ali prije toga ispričala bih vam kako smo se mi cure provele u Velesu baš taj dan, 13. veljače, istog dana kad se održavalo i veliko slavlje u povodu rođendana naše jedinstvene bake todebo. Slučajno su se datumi poklopili, ali kad sam saznala za to, bilo mi je još više drago što smo mi Makedonke odabrale baš taj dan, jer i mi cijenimo i volimo našu baku. A 13. veljače bio je i rođendan naše cecafilkovske, predvečerje praznika sv. Trifuna, praznika Pokladi i, zna se, predvečerje Dana ljubavi. Znači povoda za slavlje je bilo puno. No tu je bila i humanitarna akcija koju smo pokrenuli i podržali, a koja je bila namijenjena za pomoć djeci s posebnim potrebama iz Dnevnog

centra u Velesu te djeci s posebnim potrebama iz regionalne Osnovne škole "Maca Ovčarova" koja se također nalazi u Velesu. Najavilo se puno korisnika, neki došli, neki ne, iz opravdanih ili neopravdanih razloga, ali nije važno, bilo nas je dovoljno.

Ujutro rano stigli su prvi googowill i njen gootowan, noseći sa sobom njenu izvrnu salatu s još izvrsnijom dekoracijom te srca ljubavi za sve članice i djecu. Za nju je bilo pripremljeno jelo po narudžbi, kojega je kasnije nesebično podijelila s ostalima. Kad smo otišli u restoran odnijeti pomoć za djecu koju je donirala naša Podravka, već su stigle i moja pomoćnica Dijana58 i članice iz Skopja cecka, Anita65, makedonka-sk, BubeMKD. Njihove delicije redale su se po stolu, a prostor gdje je trebala stajati humanitarna pomoć počeo se puniti. Bilo je toliko puno paketa Podravkinih proizvoda da smo ih jedva odnijeli. Eto, dolaze i babalo, Grozdanka. Stižu i Zorica Kostova s obitelji, Grozdanka1221, Baga, Snezana62. Svi nose sa sobom svoje delicije i svaka je ponijela koliko je mogla malo pomoći za djecu. Nije važno koliko toga, važno je da je sve što je doneseno napravljeno s puno ljubavi, koja toliko znači. Javila se, malo kasni, ali dolazi i naša slavljenica cecafilkovska koja uz pomoć i delicije donosi i šampanjac kako bi nas častila. Dolazi i mlada domaćica aleksandra-notw koja je sa sobom ponijela tortu s Podravkinim znakom namijenjenu djeci iz Dnevnog centra. I na kraju dolazi Zane1 vodeći sa sobom još 11 ljudi (žene i omladine), članove humanitarne organizacije Angelcinja, koji su također darivali djecu. Došli su i rukovodeći ljudi iz Centra i škole, zajedno s nekoliko roditelja i djece s posebnim potrebama. I mediji su navratili i bili iznenađeni s onim što su vidjeli na stolu te s količinom prikupljene pomoći.

Druženje je počelo. Družili smo se svi, svaka bi nešto rekla i probala od svega po malo, tako da kad su stigle Pite pastrmaljije, svi smo već bili "puni", a trebalo je još probati divne torte od Dijane58, Grozdanke1221..., baklave, kolače... I sama ne znam što sve nije bilo na stolu i od koga je bilo.

Predali smo pomoć, poklonili i dio naših delicija izravno majkama koje su bile s nama. Njihove oči bile su pune suza, jer rijetko ih se tko sjeti samoinicijativno, osim na 3. prosinca, Međunarodni dan djece s posebnim potrebama. Njihova srca bila su puna, a naša još više jer pomagati, darivati je nešto najsvetije što nam je Bog ostavio.

Vrijeme za druženje prošlo je za tren. Svi smo ispunjeni ljubavlju i pozitivnom energijom koju ima samo na cool druženjima, ma gdje ona bila. Do nekog sljedećeg susreta pozdravljam vas Tošetovim pozdravom VE SAKAM SITE!

Tarts s bademom i kakaom

> Ja volim ovakve male, slatke kolačiće (tarts)...

1. Brašnu dodajte maslac, šećer u prahu, limunov sok i zamijesite glatko tijesto (prema potrebi dodajte malo vode).
2. Tijesto razvaljajte između dva papira za pečenje, debljine oko 2 cm, pa izrežite krugove (Ø 7 cm).
3. Tijestom napunite kalupe za košarice (ili muffine). Ostavite stajati u hladnjaku oko 20 minuta.
4. Jaja fino izmiješajte sa šećerom u prahu, umiješajte prosijani kakao i mljevene bademe.
5. U pripremljene kalupe stavite u sredinu malo marmelade, a zatim prekrijte smjesom od badema. Na vrh stavite cijeli badem.
6. Pecite u pećnici prethodno zagrijanoj na 180 °C oko 15 minuta.

Savjet:

Pečene kolačiće ostavite u kalupu još 5 minuta da ne pucaju kad se vade, zatim ih izvadite i ohladite.

> Ruza123

Cool chef mjeseca siječnja 2010.

Titula Cool Chefa ovaj mjesec odlazi preko granice, u daleku Australiju. :) Otkad je postala dio Cool kluba, Ruza123 je Coolku obogatila s više od 150 odličnih recepata, 2000 prelijepih slika i 5900 komentara.

Sastojci:

Za tijesto:

125 g	Pšeničnog glatkog brašna tip 550 Podravka
60 g	maslaca
10 g	šećera u prahu
1 žlica	limunova soka

Za nadjev:

1	jaje
90 g	šećera u prahu
5 g	kakaa
50 g	mljevenih badema
2 žlice	Marmelade od marelica Podravka
15 kom.	oguljenih cijelih badema

Za posipanje:

šećer u prahu

Posluživanje:

Ohlađene kolačiće pospite šećerom u prahu i poslužite

Vrijeme pripreme: 1h

Energetska vrijednost na 100 g:
400 kcal / 1672 kJ



Narednik James (Hurt Locker)

> Film je dobitnik šest Oscara (od devet nominacija) i 70 drugih nagrada



Piše: Tatjana Katić Škot

Režija: Kathryn Bigelow **Uloge:** Renner, Anthony Mackie, Brian Geraghty

Redateljica Kathryn Bigelow najbolja je kad snima filmove o adrenalinu. I ovaj film, nagrađen dosad sa 70 raznih nagrada, još 45 nominacija i sa šest Oscara (od devet nominacija), govori o adrenalinu. Teško je u sigurnosti i miru svakodnevnice gdje najveći problem predstavlja zastoj u prometu ili što jesti za sljedeći obrok, shvatiti zašto netko dobrovoljno odlučuje demontirati bombe. I to u ratnoj zoni, u Iraku.

Film se ne bavi traumom rata i PTSP-om kroz situacije nakon djelovanja na bojišnici ili kako to doživljava obitelj. Film, snimljen kao dokumentarni zapis, prati život tima pirotehničara u Bagdadu. Njihovu svakodnevicu, i to bez ušminkavanja. Prikazuje strahote rata, ali ne onog na bojištu, nego onog kojem su izloženi svi – civili i vojska

jednako, strahote koje izaziva bomba na (samo)ubojici, podmetnuta autobomba ili bomba detonirana na daljinu.

Svaki od članova pirotehničkog tima u vojsci je iz drugog razloga i s različitim planovima za budućnost. Igrani film koji se čini kao dokumentarni razlikuje se od "pravog" igranog filma po tome što nema pravu, čvrstu priču. I kad krene odjava filma, nema ničega nedorečenog, osjećate da znate kako će se život filmskih junaka nastaviti. Ali za razliku od nekih drugih filmova gdje poželite "uskočiti" u cipele glavnog lika, ovdje se to neće dogoditi. Osim ako i sami nemate želju za dozom adrenalina.

Film je u kinu Velebit igrao prije mjesec dana, ali uspjeh na Oscarima možda potakne povratak na repertoar. Ili vjerojatnije, skoro izdanje DVD-a.



AUTO ŠATRAK D.O.O.

Koprivnica | Bjelovarska cesta 18 | Tel.: 048/642-020 | Fax.: 048/642-010

Virovitica | Vukovarska cesta 2 | Tel.: 033/803-366 | Fax.: 033/803-367

www.satrak.hr/chevrolet



Prosječna potrošnja goriva 5,1/100km. Prosječna vrijednost emisije CO₂ 119 g/km.

WWW.CHEVROLET-HR.COM



Piše: Vjekoslav Indrić

Podravkina kuglačica - prvakinja Hrvatske u kategoriji do 23 godine

Šesnaestogodišnja kuglačica Kuglačkog kluba Podravka postala je na zadnjem natjecanju prvakinja Hrvatske u kategoriji "kuglačica starosti do dvadeset i tri godine". Helena je u toj kategoriji osvojila prvo mjesto i pomela konkurenciju i starijih kuglačica, njih trideset i dvije iz cijele Hrvatske. Helena kugla već četiri godine, a završila

je školu kuglanja Zlate Blažek. Inače je igračica druge ekipe Podravke koja se takmiči u drugoj ligi "Istok". Od ove natjecateljske sezone Helena je postala i članica prve ekipe Podravkinih kuglačica. U svakom pogledu, sve su to izvanredni uspjesi ove mlade Podravkine kuglačice pred kojom je zajamčeno blistava sportska karijera.

Koprivničkoj akciji "Za dječji osmijeh u bolnici" pridružuje se i DND

"Igrajmo se i u bolnici" poruka je djece iz koprivničkog društva "Naša djeca". U želji da se dječji odjel koprivničke bolnice opremi igračkama i edukativnom opremom, društvo "Naša djeca" organizira humanitarnu dječju modnu reviju. Revija će se održati u Domu mladih u subotu, 13. ožujka s početkom u 19 sati. Sav prihod od ulaznica za humanitarnu dječju modnu reviju koje se po cijeni od 20 kn prodaju u Euroshopu i Šarenom dućanu bit će pridodan sredstvima koja su već prikupljana u Koprivnici u okviru akcije "Za dječji osmijeh u bolnici" za dječji odjel Opće bolnice dr. Tomislav Bardek. Na reviji će nastupiti i mladi pjevači Sandro Turković i Anet Glavak, plesna skupina OlaJa te djeca manekeni pod paskom Marijane Mihalić Balog, koja je godinama vodila manekensku sekciju KUD-a Podravka.

Večer poezije i glazbe u Pivnici „Kraluš“

U Pivnici „Kraluš“ 16. ožujka s početkom u 19 sati održat će se već tradicionalna večer poezije i glazbe. U programu sudjeluju članice Podravkine literarne sekcije Marica Hasan i Marijanka Miholek sa svojim gostima, a u glazbenom dijelu programa sudjeluju učenici Glazbene škole „Fortunat Pintarić“ iz Koprivnice.



Podravska klet otvara vrata slikarima

S ciljem obogaćivanja sadržaja u Podravkinim ugostiteljskim objektima, Služba za ugostiteljstvo u suradnji s KUD-om Podravka pokrenula je zanimljive kulturno-zabavne aktivnosti. Tako se u Pivnici Kraluš započelo s organizacijom pjesničko-glazbenih večeri koje su već našle svoju publiku, a u Podravskoj kleti predviđene su izložbe djela članova Likovne sekcije "Podravka 72". Prvi se s dvadesetak radova predstavio Zlatko Štrfćek, a otvaranje izložbe upriličeno je u čast Dana žena 8. ožujka. U programu otvorenja sudjelovao je pjesnik Ivan Picer.



Velike uskršnje pisanice na koprivničkom trgu

Koprivnički Zrinski trg postao je početkom ožujka svojevrsna izložba na otvorenom. Naime, uz fontanu u središtu grada izloženo je dvanaest velikih pisanica od srca, visokih čak dva metra, oslikanih motivima podravske naive. Izložbu je uz nazočnost brojnih gostiju otvorio župan Koprivničko-križevačke županije Darko Koren. Nakon što su ih proteklih dana mogli razgledati Koprivničanci i gosti našega grada, divovska jaja kreću na turneju po Hrvatskoj i svijetu.



Gibanična 3
48000 Koprivnica
Tel: 048/625-004
www.sis.hr

ECDL EDUKACIJA



Cijena tečaja:
2.499,00 kuna

U tečaj su uključene cjeline:

1. Osn. pojmovi informacijske tehnologije
2. Uporaba računala i rukovanje datotekama
3. Obrada teksta (MS Word 2007)
4. Izrada tabličnih proračuna (Excel 2007)
5. Baze podataka (MS Access 2007)
6. Izrada prezentacija (Powerpoint 2007)
7. Internet i komunikacije

Prednosti ECDL tečaja:

Položeni ECDL tečaj moguće je upisati u radnu knjižicu i na taj način dobiti dodatnu pogodnost prilikom zapošljavanja.



Prema web portalu „MojPosao“ - „75 % nezaposlenih polaznika tečaja pronašlo je posao nakon odslušane nastave i položenog ECDL ispita“

Playstation 2



1.189,00 kuna

Garmin Nuvi 205



899,00 kuna

Plaćanja: čekovima u pologu do 10 rata, karticama POBA i ZABA banke

Acer Aspire 5542 15.6" prij. rač.



AMD DualCore 2.0GHz
RAM 4GB, HDD 320GB

3.799,00 kuna

HP 4515s VC377ES prij. rač.



AMD Turion X2 Dual Core
2.20 GHz; 15.6" WXGA
HDD 500GB; RAM 4GB
DVD pržilica; ATI Radeon
Hd4300 (512MB); WLAN
Kamera 2.0MPix Bluetooth

4.479,00 kuna

HP Compaq Pres. CQ71 prij. rač.



Intel Dual-Core T4300
2.10GHz; 17,3" WXGA;
HDD 500GB DVD pržilica,
RAM 4 GB NVIDIA GeForce
103M, HDMI; Kamera 2MP

4.799,00 kuna

OSNOVNA KONFIGURACIJA

AMD Sempron 1250 2,2GHz
AsRock N68P-S, s. AM2
KingMaxDDR2 1GB(800 Mhz)
HDD Hitachi 250GB, SATA
LG DVD pržilica 22x LightSe.
EVC Case kućište 400W
Tipkovnica, opt. miš
Stereo zvučnici; Čitač kartica

1.629,00 kuna

Podravkin restoran

Jelovnik za ožujak

15. 03. ponedjeljak

Varivo grah s tijestom,
rolana lopatica, salata

16. 03. utorak

Junetina na lovački,
pirjana riža, salata

17. 03. srijeda

Pečena svinjetina,
krpice sa zeljem, salata

18. 03. četvrtak

Mađarski gulaš,
kolač

19. 03. petak

Juha, prženi oslić,
krumpir salata

22. 03. ponedjeljak

Fino varivo,
hrenovke, voće

23. 03. utorak

Umak bolognese,
tjesto, salata

24. 03. srijeda

Kuhana junetina, umak
od hrena, pire krumpir

25. 03. četvrtak

Pečena piletina,
mlinci, salata

26. 03. petak

Pohani oslić, slani
krumpir, salata

CRTA: Ivan Haramija - Hans

