

NAZIV PREDMETA		STRATEGIJE NOVIH PROIZVODA				
Kod	ECM205	Godina studija	3.			
Nositelj/i predmeta	doc. dr. sc. Ana Juras prof. dr. sc. Marina Lovrinčević	Bodovna vrijednost (ECTS)	5			
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			26		26	
Status predmeta	Obvezni	Postotak primjene e-učenja	20%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	Cilj predmeta je upoznati polaznike s konceptom, procesom, metodama i alatima razvoja novih proizvoda, kao i strategijama uvođenja novih proizvoda na tržište.					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Uvjeti za upis predmeta propisani su Statutom Ekonomskog fakulteta te Pravilnikom o studiju i studiranju. Kompetencije - poznavanje osnova menadžmenta i poduzetništva, vještine rada u timu, poznavanje rada na računalu (MS Office).					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	Ishod učenja predmeta: 1. Identificirati i analizirati kritične elemente razvoja novih proizvoda te na temelju provedenih analiza donijeti odluku o iskorištavanju poslovne prilike i uvođenju novih proizvoda. Pojedinačni ishodi učenja: 1. Usporediti izvore i metode generiranja novih ideja. 2. Identificirati vrste inovacija i klasifikaciju novih proizvoda. 3. Oblikovati plan analize prilike. 4. Razlikovati faze procesa planiranja i razvoja novih proizvoda.					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave		Predavanja		Vježbe		
		Tema	Sati	Tema	Sati	
	1	Uvod u koncept razvoja novih proizvoda; Kreativnost i poduzetništvo; Izučavanje slučajeva iz gospodarske prakse.	2	Kreativnost kao preduvjet za razvoj novih proizvoda, inovacije i poduzetništvo; Analiza primjera iz prakse (video materijal).	2	
	2	Važnost inovacija u razvoju novih proizvoda; Upravljanje inovacijama; Izučavanje slučajeva iz gospodarske prakse.	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
	3	Proizvod; Svojstva proizvoda; Izučavanje slučajeva iz gospodarske prakse.	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
	4	Klasifikacija novih proizvoda i analiza životnog ciklusa novih proizvoda.	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
	5	Proces razvoja novog proizvoda.	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
6	Proces razvoja novog proizvoda – faze generiranja i probiranja ideja	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2		

	7	Proces razvoja novog proizvoda - razvoj i testiranje koncepata i razvoj marketinške strategije	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
	8	Kolokvij 1				
	9	Proces razvoja novog proizvoda - poslovna analiza i razvoj novog proizvoda	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
	10	Proces razvoja novog proizvoda - tržišno testiranje i komercijalizacija	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
	11	Strategije razvoja novog proizvoda - Strategija na temelju portfolio modela	2	Praktični zadatak: Analiza primjera iz prakse; Diskusija rezultata i izrada eseja.	2	
	12	Strategije razvoja novog proizvoda - Strategija na temelju modela životnog ciklusa proizvoda	2	Prezentacija projektnih radova – Strategije i procesi razvoja novog proizvoda.	2	
	13	Strategije razvoja novog proizvoda - Strategija na temelju generičkog modela	2	Prezentacija projektnih radova – Strategije i procesi razvoja novog proizvoda.	2	
	14	Razlozi uspjeha i neuspjeha novih proizvoda Izučavanje slučajeva iz gospodarske prakse.	2	Prezentacija projektnih radova – Strategije i procesi razvoja novog proizvoda.	2	
	15	Kolokvij 2				
Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input checked="" type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> (ostalo upisati)			
Obveze studenata	<p>Da bi ostvario pravo na potpis, student mora redovito pohađati nastavu, (minimalno 50% prisustva na predavanjima i vježbama) i aktivno sudjelovati na nastavi (analiza studija slučajeva i izrada eseja) i predati individualni seminarski rad te grupni projektni rad u za to predviđenim terminima.</p> <p>Pod aktivnim sudjelovanjem na nastavi smatra se da je student odradio 50% svih aktivnosti u okviru nastave.</p>					
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	1	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Studija slučaja	0,5
	Esej	0,5	Seminarski rad	0,5	(Ostalo upisati)	
	Kolokviji	1,5	Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit		Projekt	1	(Ostalo upisati)	

<p>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</p>	<p>Provjera znanja (ishoda učenja) putem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 pisana ili usmena kolokvija ili, alternativno, završnog pisanog i/ili usmenog ispita, - individualnog rada u izradi eseja i analiza studija slučajeva, - izrade individualnog seminarskog rada i - izrade grupnog projektnog rada. <p>Struktura ocjene iz predmeta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 pisana ili usmena kolokvija tijekom semestra ili završni pisani i/ili usmeni ispit (min. prag 50%) => udjel 40% u ukupnoj ocjeni - individualni rad u izradi eseja i analiza studija slučajeva => udjel 15% u ukupnoj ocjeni - izrada individualnog seminarskog rada => udjel 15% u ukupnoj ocjeni - izrada grupnog projektnog rada => udjel 30% u ukupnoj ocjeni. <p>Ispit se smatra položenim ako je student:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ispunio sve obveze za potpis (prisutnost i aktivnost) - u prosjeku ostvario prolaznu ocjenu (minimalno 50%) iz dva kolokvija ili završnog ispita - predao individualni seminarski i grupni projektni rad, u zadanim terminima, koji su pozitivno ocijenjeni - odradio minimalno 50% svih aktivnosti u okviru nastave. <p>Bodovni pragovi i formiranje odgovarajuće ocjene iz predmeta temeljem ukupno ostvarenih bodova na svim provjerama znanja na predmetu:</p> <p>0 - 49% - nedovoljan (1) 50 – 62% - dovoljan (2) 63 – 74% - dobar (3) 75 – 86% - vrlo dobar (4) 87 – 100% - izvrstan (5).</p>		
<p>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</p>	<p style="text-align: center;">Naslov</p>	<p style="text-align: center;">Broj primjeraka u knjižnici</p>	<p style="text-align: center;">Dostupnost putem ostalih medija</p>
	<p>Autorizirana predavanja i nastavni materijali na Merlin stranicama kolegija</p>	<p style="text-align: center;">0</p>	<p style="text-align: center;">Merlin</p>
	<p>Kotler, P., Keller, K.L., & Martinović, M. (2014). <i>Upravljanje marketingom, 14. Izdanje</i>. MATE, ZŠEM, Zagreb.</p>	<p style="text-align: center;">> 20</p>	
	<p>Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). <i>Managing innovation: integrating technological, market and organizational change</i>. John Wiley & Sons.</p>		<p style="text-align: center;">Google Scholar</p>
<p>Dopunska literatura</p>	<p>Trott, P. (2017). <i>Innovation management and new product development</i>. Pearson education. Cooper, R. G. (2019). The drivers of success in new-product development. <i>Industrial Marketing Management, 76</i>, 36-47. Bouncken, R. B., Fredrich, V., Ritala, P., & Kraus, S. (2018). Coopetition in new product development alliances: advantages and tensions for incremental and radical innovation. <i>British Journal of Management, 29</i>(3), 391-410. Obal, M., Morgan, T., & Joseph, G. (2020). Integrating sustainability into new product development: The role of organizational leadership and culture. <i>Journal of Small Business Strategy, 30</i>(1), 43-57.</p>		

	<p>Gao, J., & Bernard, A. (2018). An overview of knowledge sharing in new product development. <i>The International Journal of Advanced Manufacturing Technology</i>, 94(5), 1545-1550.</p> <p>Kiss, A. N., & Barr, P. S. (2017). New product development strategy implementation duration and new venture performance: A contingency-based perspective. <i>Journal of Management</i>, 43(4), 1185-1210.</p>
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik) • Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu i studentska pitanja) • Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu i studentska pitanja) • Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete) • Ispitom koji provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu i studentska pitanja)
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	