

Студијски програм: Економија и пословно управљање			
Назив предмета: Развој новог производа			
Наставник/наставници: Дејана Р. Златановић, Виолета М. Домановић			
Статус предмета: Обавезан на модулу Иновације и технолошко предузетништво			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
Циљ предмета Иновације и развој нових производа представљају критичне факторе успеха сваког предузећа. Међутим, развој новог производа представља изразито сложен и ризичан процес и много нових производа често не доживи успех на тржишту, што указује на важност стицања релевантних знања и вештина повезаних са процесом дизајнирања и развоја нових производа. Сходно томе, основни образовни циљ предмета је упознавање студената са значајем развоја новог производа за унапређење пословних перформанси предузећа. У том контексту, студенти ће се упознати са: концептима и инструментима генерисања, процене и тестирања нових идеја, планирања увођења новог производа на тржиште, као и процене и мониторинга успеха лансирања новог производа, и биће оспособљени за примену стечених знања кроз осмишљавање новог производа и плана за његово увођење на тржиште. Посебна пажња биће посвећена инструментима и техникама подстицања креативности и иновативности, водећи рачуна о различитим перцепцијама и потребама купаца, потрошача и акцијама конкурената.			
Исход предмета <ul style="list-style-type: none"> • Разумевање значаја развоја новог производа и његовог увођења на тржиште; • Увид у различите инструменте и технике развоја нових идеја, дизајнирања производа и тестирања производа на тржишту; • Стицање практичних знања о развоју нових производа и увођења на тржиште кроз тимски рад и сарадњу која је критични фактор успеха нових производа; • Овладавање процесом развоја новог производа, почев од идентификације стратегијских могућности, генерисања нових коцепата производа, дизајнирања производа, стратегије уласка на ново тржиште и тестирања новог производа до оцене и контроле ефикасности примене дате стратегије. 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Иновације и технолошки развој Стратегијско позиционирање и конкурентска предност предузећа Циљеви развоја новог производа и иновациона стратегија Иновациона стратегија и пословне перформансе предузећа Производ као перформанса пословања предузећа Класификација нових производа Модел развоја новог производа Иновација производа vs иновација услуга: специфичности развоја нове услуге Процес управљања развојем новог производа предузећа: идентификовање стратегијских могућности, генерисање идеја и концепата производа/услуга, дизајнирање и тестирање Детерминанте успеха иновационе активности и ефикасност новог производа Дизајн размишљање као методологија подршке развоју нових производа/услуга <i>Практична настава</i> Студије случајева, индивидуални и групни истраживачки рад на одабрану тему			
Литература Основна: 1. Леви-Јакшић, М., Маринковић, С., Петковић, Ј. (2015). Менаџмент иновација и технолошког развоја. Београд: Факултет организационих наука (Одабрана поглавља) 2. Домановић, В. (2019). <i>Стратегија и пословне перформансе предузећа</i> . Крагујевац: Економски факултет Универзитета у Крагујевцу. (Одабрана поглавља) 3. Крстић, Б., Рађеновић, Т. (2018). Стратегијско и оперативно управљање интелектуалним капиталом предузећа. Ниш: Економски факултет Универзитета у Нишу. (Одабрана поглавља) Допунска: 1. Trott, P. (2017). Innovation Management and New Product Development. Sixth Edition, Edinbourg: Pearson Education Limited 2. Crawford, C. M., Di Benedetto, C. A. (2015). New Products Management. Eleventh Edition. New York, NY: McGraw-Hill Education			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методe извођења наставе: Теоријска настава, практична настава, самостални рад студената, консултације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	30
колоквијум-и	30	
семинар-и	20		