

Студијски програм: ОАС ИМ			
Назив предмета: Развој производа			
Наставник/наставници: Јасмина Весић Васовић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Овладавање теоријом, принципима и напредним методологијама управљања које се користе у области идентификовања и избора успешних идеја о производима, осмишљавању, развоју, тестирању и лансирању нових производа на тржиште. Развој концептуалних и аналитичких способности доношења одлука неопходних за успешно покретање и вођење процеса развоја производа.			
Исход предмета			
Након успешно савладаног предмета студент: разуме улогу иновација производа као покретача раста и развоја предузећа; у могућности је да аналитички сагледа комплексност процеса развоја производа; познаје и успешно примењује савремене алате, технике и методе за управљање процесом развоја производа; способан је да одабере и прилагоди специфичне стратегије производа како би се постигли пословни циљеви. Познаје и успешно примењује алате и методе за анализу организационог окружења у циљу идентификовања могућности за иновације; разуме утицај спољашњих и унутрашњих фактора на економску вредност нових производа; способан је да координира мултидисциплинарним тимовима за развој производа; поседује концептуалне и аналитичке вештине за доношење одлука о покретању и лансирању иновација производа; способан је да идентификује и предвиди пословне изазове повезане са развојем производа.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Појам производа. Улога и значај развоја производа. Различити приступи и перспективе у развоју производа. Развој производа као иновациони процес у индустрији. Појам, извори и типови иновација. Иновациони потенцијал предузећа. Иновациони процес и модели иновација. Стратегије производа и кључни фактори успеха. Модели развоја производа. Интегрални приступ развоју производа. Процес развоја производа: истраживање потреба корисника, генерисање идеја, развој и тестирање концепта, развој маркетиншке стратегије, пословна анализа, развој и тестирање прототипа, тестирање тржишта и комерцијализација производа. Планирање производа. Економика развоја нових производа. Евалуација развојно-инвестиционих пројеката, критеријуми евалуације. Организациони аспекти и управљање процесом развоја производа. Савремене теме у развоју нових производа: отворене и колаборативне иновације, агилни развој производа, процес иновација у дигиталном окружењу.			
Практична настава			
Извођење студија случајева кроз које се студени упознају са концептима, алатима и најбољим праксама у управљању развојем производа које се у индустрији користе; ситуацијама и изазовима повезаним са развојем нових производа са којима се предузећа често сусрећу; најчешћим разлозима неуспеха нових производа итд.			
Литература			
[1] Радојичић М., Весић Васовић Ј. (2011) Индустријски менаџмент, Технички факултет, Чачак. [2] Радојичић М. (2009) Практикум из менаџмента развојно-инвестиционим пројектима, Технички факултет, Чачак [3] Trott, P. (2017) Innovation management and new product development, Harlow, England: Pearson [4] Кузмановић, С. (2004). Менаџмент производима, Економски факултет у Суботици, Суботица. [5] Kotler, F, Lane, K. (2006) Marketing menadžment, Data Status, Beograd			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методe извођења наставе			
Предавања се реализују по моделу интерактивне наставе презентацијом наставних садржаја, дискусијом и анализом студија случаја. Вежбе се изводе комбинацијом класичног начина и интерактивним учешћем студената кроз анализу случајева из праксе, решавање конкретно структурираног задатка, размену идеја и сазнања кроз групну дискусију, менторски и тимски рад на изради семинарског рада на дефинисану тему из оквира садржаја наставног предмета. Испит се полаже писмено и/или усмено.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
Активност у току предавања	5	Писмени испит	20
Практична настава	5	Усмени испит	20
Колоквијум-и	30		
Семинар-и	20		