

NAZIV PREDMETA		RAZVOJ I DIZAJN PROIZVODA				
Kod	STT022	Godina studija	2.			
Nositelj/i predmeta	dr. sc. Danijela Perkušić Malkoč, viši predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	5			
Suradnici	Mario Dadić, mag. oec.	Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			30	10	20	
Status predmeta	Obvezni	Postotak primjene e-učenja	20%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usvajanje znanja o procesu i fazama razvoja novih proizvoda. 2. Usvajanje i primjena tehnika za poticanje kreativnog razmišljanja i inovativnosti. 3. Povezivanje ranije stečenih znanja iz različitih područja ekonomije, u svrhu efikasnog razvoja novih proizvoda. 4. Razumijevanje temeljnih principa i uloge dizajna pri razvoju novih proizvoda. 					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definirati temeljne pojmove iz područja razvoja i dizajna novih proizvoda. 2. Znati opisati i primijeniti neke od tehnika poticanja kreativnosti i inovativnog razmišljanja. 3. Objasniti temelje zakonodavnog okvira vezanog za nove proizvode te patentiranje. 4. Navesti i objasniti faze u razvoju novog proizvoda. 5. Znati odabrati strategije za pojedine faze u životnom ciklusu proizvoda. 6. Razumjeti važnost dizajna pri razvoju novih proizvoda. 7. Demonstrirati vještine učinkovitog rada u timu i napraviti plan razvoja novog proizvoda. 					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjedan	Sati	Oblik nastave	Tema		
	1.	2	Predavanja	UVODNO PREDAVANJE. <i>Upoznavanje studenata sa sadržajem predmeta.</i>		
		2	Auditorne vježbe	Upoznavanje studenata s obvezama		
	2.	2	Predavanja	NOVI TRENDOMI U MARKETINGU. Temeljni pojmovi.		
		2	Auditorne vježbe	Uvod u izradu marketinškog plana za potrebe razvoja novog proizvoda.		
	3.	2	Predavanja	UVOD U UPRAVLJANJE PROIZVODOM. <i>Planiranje za potrebe novih proizvoda; Marketing management; Suvremeni trendovi.</i>		
2		Auditorne vježbe	Uvod u izradu marketinškog plana za potrebe razvoja novog proizvoda.			

	4.	2	Predavanja	OSNOVE TEORIJE PROIZVODA. <i>Temeljni pojmovi; Linije proizvoda; Specifičnosti usluga; Marketinško planiranje.</i>
		2	Auditorne vježbe	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda.
	5.	2	Predavanja	TRŽIŠNI ASPEKTI PROIZVODA. <i>Asortiman, kvaliteta, ambalaža, pakiranje.</i>
		2	Auditorne vježbe	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda.
	6.	2	Predavanja	TRŽIŠNI ASPEKTI PROIZVODA. <i>Pozicioniranje proizvoda; Upravljanje miksom proizvoda; Marka proizvoda.</i>
		2	Auditorne vježbe	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda.
	7.	2	Predavanja	NOVI PROIZVODI. <i>Kategorije novih proizvoda; Izmjene proizvoda; Proširenje linije; Proširenje marke;</i>
		1	Auditorne vježbe	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda.
	8.	2	Predavanja	1. kolokvij
		2	Auditorne vježbe	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda.
	9.	2	Predavanja	RAZVOJ NOVOG PROIZVODA. <i>Etape u razvoju novog proizvoda; Tehnike za generiranje ideja.</i>
		1	Auditorne vježbe	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda.
	10.	2	Predavanja	RAZVOJ NOVOG PROIZVODA. <i>Testiranje novih proizvoda; Proces usvajanja od strane potrošača; Razlozi neuspjeha novih proizvoda.</i>
2		Auditorne vježbe	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda.	
11.	2	Predavanja	ŽIVOTNI VIJEK PROIZVODA. <i>Koncept ŽVP-a; Faze ŽVP-a; Strategije u fazama ŽVP-a.</i>	
	2	Seminarska nastava	Work-shop radionica na temu razvoja vlastitog proizvoda. Presentacije projekata.	
12.	2	Predavanja	DIZAJN PROIZVODA. <i>Temeljni pojmovi; Uloga i ciljevi dizajna; Suvremeni trendovi. Karakteristike industrijskog dizajna; Redizajn.</i>	
	2	Seminarska nastava	Presentacije projekata.	
13.	2	Predavanja	INOVATIVNOST. <i>Uloga inovativnosti i kreativnosti u stvaranju novih proizvoda. Utjecaj na ostvarivanje konkurentnosti.</i>	

		2	Seminarska nastava	Prezentacije projekata. Intelektualno vlasništvo.		
	14.	2	Predavanja	ZAKONODAVNI OKVIR RAZVOJA NOVIH PROIZVODA. Gost predavač.		
		2	Seminarska nastava	Prezentacije projekata. Ponavljanje i utvrđivanje gradiva.		
	15.	2	Predavanja	2. kolokvij		
2		Seminarska nastava	Analiza drugog kolokvija.			
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 checked="" 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"/> demonstracijske vježbe		
Obveze studenata	Izrada i prezentacija projektnog zadatka, min. 70 % dolazaka za redovne te 50 % dolazaka za izvanredne studente.					
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 ECTS	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Demonstracijske vježbe	
	Esej		Seminarski rad		Samostalno učenje	1 ECTS
	Kolokviji	1 ECTS	Usmeni ispit		Konzultacije i završni ispit	0,5 ECTS
	Pismeni ispit		Projekt	1,5 ECTS	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	KONTINUIRANO VREDNOVANJE					
	Pokazatelji kontinuirane provjere				Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)
	<i>Nazočnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>				70 - 100	5
	<i>Prvi kolokvij</i>				50-100	30
	<i>Drugi kolokvij</i>				50-100	30
	<i>Projekt</i>				50-100	35
	Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit.					
	ZAVRŠNA OCJENA					
	Pokazatelji provjere - završni ispit (prvi i drugi ispitni termin)				Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)
	<i>Pismeni ispit</i>				50 - 100	60
<i>Prethodne aktivnosti</i>				50 - 100	40	

	(uključuju sve pokazatelje kontinuirane provjere)		
	Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)	Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)
	<i>Pismeni ispit</i>	50 - 100	60
	<i>Prethodne aktivnosti</i> (uključuju sve pokazatelje kontinuirane provjere)	50 - 100	40
<p>Ocjena (u postotcima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:</p> $Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$ <p>k_i - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost, A_i - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost, N - ukupan broj aktivnosti.</p>			
ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE			
	Postotak	Kriterij	Ocjena
	od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)
	od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima</i>	dobar (3)
	od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)
	od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrstan (5)
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
	1. Šerić, N.: Upravljanje proizvodom, Redak, 2016. 2. Krolo, Crvelin, A.: Razvoj i dizajn proizvoda, skripta, Odjel za stručne studije		MOODL
Dopunska literatura	1. Kotler, P., Keller, K.L., Martinović, M. : Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb, 2014. 2. Ulrich, K., Eppinger, S.: <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill/Irwin, 2003. 3. Lidwell, W., Butler, H.: <i>Univerzalna načela dizajna</i> , Mate d.o.o., Zagreb, 2006.		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik). Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete). 		

Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	
--	--