

| NAZIV PREDMETA  |   | Upravljanje proizvodom                         |     |   |    |   |
|---|---|--|-----|---|----|---|
| Kod   | EUBB16  | Godina studija                                 | 3.  |   |    |   |
| Nositelj/i predmeta   | Red. prof.dr.sc. Neven Šerić<br>Izv. prof. dr. sc. Mario Pepur  | Bodovna vrijednost (ECTS)                      | 5   |   |    |   |
| Suradnici   |   | Način izvođenja nastave (broj sati u semestru) | P   | S | V  | T |
|   |   |  | 26  |   | 26 |   |
| Status predmeta   | Izborni   | Postotak primjene e-učenja                     | 30% |   |    |   |
| OPIS PREDMETA   |   |  |     |   |    |   |
| Ciljevi predmeta  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usvojiti teorijska i praktična znanja u procesu razvoja novoga proizvoda i usluge</li> <li>2. Usvojiti teorijska i praktična znanja o kreiranju marke</li> <li>3. Usvojiti teorijska i praktična znanja o komercijalizaciji i upravljanju proizvodom i uslugom tijekom životnog ciklusa.</li> </ol>   |  |     |   |    |   |
| Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet | Propisani Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju.   |  |     |   |    |   |
| Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)   | <p>Temeljni ishod učenja:<br/>Analizirati specifičnosti marketinških aktivnosti upravljanja proizvodom.</p> <p>Pojedinačni ishodi učenja:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizirati faze razvoja novoga proizvoda, te aktivnosti upravljanja proizvodom kroz faze životnog ciklusa.</li> <li>2. Identificirati aktivnosti testiranja koncepcije, komercijalizacije, difuzije i pozicioniranja novoga proizvoda.</li> <li>3. Povezati aktivnosti upravljanja proizvodom i markom.</li> <li>4. Razlikovati sastavnice marke važne u upravljanju proizvodom i uslugom.</li> <li>5. Analizirati politike upravljanja proizvodom.</li> </ol> |  |     |   |    |   |

|  | Predavanja   |      | Vježbe   |      |  |
|--|--|------|--|------|--|
|  | Tema   | Sati | Tema   | Sati |  |
| Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave | Uvodne naznake o upravljanju proizvodom. Etika i zakonski akti.  | 2    | Dogovor o načinu rada, ispitu, pravima i obvezama studenata<br>Kreiranje timova za rad na vježbama   | 2    |  |
|  | Marketinško okruženje te aktivnosti istraživanja tržišta bitne za upravljanje proizvodom.  | 2    | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)   | 2    |  |
|  | Faze razvoja novoga proizvoda. Upravljanje procesom razvoja novog proizvoda.   | 2    | Poslovni slučaj: faze razvoja novog proizvoda.<br>Priprema studenata za izradu projektnog zadatka (grupni rad)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata) | 2    |  |
|  | Generiranje ideja; Razvoj i testiranje koncepcije novog proizvoda. Razvoj marketinške strategije za novi proizvod.                             | 2    | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)   | 2    |  |
|  | Poslovna analiza i test marketing; Odabir ciljnih tržišta i testiranje tržišta; Komercijalizacija, difuzija i pozicioniranje novoga proizvoda. | 2    | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)   | 2    |  |
|  | Upravljanje proizvodom tijekom životnog ciklusa.   | 2    | Online gostovanje stručnjaka iz prakse   | 2    |  |
|  | <b>MOODLE KVIZ 1</b>   |      |  |      |  |
|  | Dizajn u funkciji marketinga.  | 2    | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)   | 2    |  |
|  | <b>Kolokvij I</b>  |      |  |      |  |
|  | Ambalaža, pakiranje i upravljanje asortimanom proizvoda.   | 2    | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)   | 2    |  |
|  | Politike prodaje.  | 2    | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)<br>Prezentacija projektnog zadatka              | 2    |  |
|  | Strategije upravljanja proizvodom; Razvoj politike proizvoda.  | 2    | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)<br>Prezentacija projektnog zadatka              | 2    |  |

|                          |   |   |   |   |
|--------------------------|---|---|---|---|
|                          | Marka i strategija upravljanja markom proizvoda. Konceptije upravljanja markom proizvoda.   | 2 | Poslovni slučaj: upravljanje markom proizvoda (Moodle platforma)<br>Prezentacija projektnog zadatka   | 2 |
|                          | Upravljanje uslugama tijekom životnom ciklusu.<br>MOODLE Kviz 2   | 2 | Online gostovanje stručnjaka iz prakse  | 2 |
|                          | Upravljanje pred prodajnim i poslije prodajnim uslugama.  | 2 | Poslovni slučaj usklađen s temom predavanja (Moodle platforma)<br>Forum diskusija putem Moodle platforme (prema potrebi studenata)<br>Prezentacija projektnog zadatka   | 2 |
|                          | Kolokvij II   |   |   |   |
| Vrste izvođenja nastave: | <input checked="" type="checkbox"/> predavanja<br><input type="checkbox"/> seminari i radionice<br><input checked="" type="checkbox"/> vježbe<br><input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti<br><input checked="" type="checkbox"/> mješovito e-učenje<br><input type="checkbox"/> terenska nastava |   | <input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci<br><input checked="" type="checkbox"/> multimedija<br><input type="checkbox"/> laboratorij<br><input type="checkbox"/> mentorski rad<br><input checked="" type="checkbox"/> gosti iz prakse |   |

|  |  |    |                |                                    |   |  |
|--|--|----|----------------|------------------------------------|---|--|
| Obveze studenata   | Student je obavezan aktivno sudjelovati na predavanjima i vježbama te ostvariti barem 50%-tno prisustvo svim oblicima nastave (25% za izvanredne studente). Pod aktivnim sudjelovanjem smatra se da je student minimalno odradio 50% aktivnosti u okviru predavanja i minimalno 60% aktivnosti u okviru vježbi (10 poslovnih slučajeva, forum diskusije te obavezna prezentacija projektnog zadatka kojeg studenti rješavaju u grupama).<br>Uvjet za izlazak na ispit je potpis.   |    |                |                                    |   |  |
| 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  | 2  | Istraživanje   |                                    | Praktični rad                                   |  |
|  | Eksperimentalni rad  |    | Referat        |                                    | Terenska nastava i praktične terenske radionice |  |
|  | Esej   |    | Seminarski rad |                                    | Terenska istraživanja                           |  |
|  | Kolokviji  | 2  | Usmeni ispit   | 1*                                 | (Ostalo upisati)                                |  |
|  | Pismeni ispit  | 1* | Projekt        | 1                                  | (Ostalo upisati)                                |  |
| Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu  | <p>Tijekom trajanja semestra održat će se pisane provjere znanja putem dva kolokvija. Student je dužan ostvariti minimalno 50% iz svakog od dva kolokvija. Ukoliko student položi oba kolokvija, nije dužan izaći na usmeni ispit. Ako student nije zadovoljan postignutom ocjenom na kolokviju, ima pravo na usmeni dio ispita za višu ocjenu. Ukupna ocjena uključuje ponderirane ocjene dobivene iz kolokvija (70%) i ocjene grupnog rada na projektnom zadatku (30%).</p> <p>Bodovni pragovi i odgovarajuće ocjene za pisane radove i sve pisane provjere znanja:<br/> 0-49 nedovoljan (1)<br/> 50-65 dovoljan (2)<br/> 66-75 dobar (3)<br/> 76-85 vrlo dobar (4)<br/> 86-100 izvrstan (5)</p> <p>Ispit se smatra položenim ako je student:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ostvario prolaznu ocjenu iz svih pisanih provjera znanja (minimalno 50% iz dva kolokvija);</li> <li>- aktivno sudjelovao u obradi i raspravama vezanim za poslovne slučajeve;</li> <li>- aktivno sudjelovao u prezentaciji projektnog zadatka koji je pozitivno ocijenjen;</li> </ul> <p>Ukoliko student ne zadovolji na pisanim provjerama tokom trajanja semestra dužan je polagati završni ispit. Završni ispit se sastoji od pisanog i usmenog dijela. Student je dužan ostvariti minimalno 55% iz pismenog dijela ispita čime ostvaruje pravo da izađe na usmeni dio ispita. Konačna ocjena se u ovom slučaju sastoji od ocjene projektnog zadatka (10%) te ocjene pismenog dijela ispita (40%) i usmenog dijela ispita (50%).</p> |    |                |                                    |   |  |
| Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)   | <b>Naslov</b>  |    |                | <b>Broj primjeraka u knjižnici</b> | <b>Dostupnost putem ostalih medija</b>          |  |
|  | 1. Šerić, N., <i>Upravljanje proizvodom</i> , Redak Split, 2016.   |    |                | 10                                 | da  |  |
|  | 2. Autorizirani nastavni materijali na Moodle stranicama kolegija  |    |                | -                                  | Moodle  |  |
|  | 3. Ozsoy, S.: <i>Product Marketing Management</i> , 2021.  |    |                |                                    | da  |  |
|  | 4. Šerić, N., <i>Brendiranje za poduzetnike</i> , Redak Split, 2017.   |    |                | 10                                 | da  |  |
| Dopunska literatura  |  |    |                |                                    |   |  |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>Poslovni slučajevi i vijesti s portala Ja Trgovac (<a href="http://www.jatrgovac.com">www.jatrgovac.com</a>);</p> <p>Poslovni slučajevi i vijesti s portala Netokracija (<a href="http://www.netokracija.com">www.netokracija.com</a>);</p> <p>Poslovni slučajevi i vijesti s portala/časopisa Poslovni dnevnik (<a href="http://www.poslovni.hr">www.poslovni.hr</a>);</p> <p>Državni zavod za statistiku RH (<a href="http://www.dzs.hr">www.dzs.hr</a>);</p>   |
| <p>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata od strane nastavnika;</li> <li>• Nadzor izvođenja nastave od strane kolega i prodekana za nastavu po potrebi</li> <li>• Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija</li> <li>• Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete)</li> <li>• Izradom predviđenih pismenih uradaka i ispitnom procedurom koju provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja kolegija, praktičnih zadataka, ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu).</li> </ul> |
| <p>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</p>                                       | <p>Mogućnost sudjelovanja zainteresiranih studenata u praktičnim studentskim projektima. Susreti s ovlaštenim predstavnicima poslovnih subjekata na području Splitsko – Dalmatinske Županije radi dogovaranja stručne prakse.</p>  |