

Mašinski fakultet / Drumski saobraćaj (2017) - Modul: Saobraćaj / INOVATIVNOST I KONKURENTNOST

Uslovjenost drugim predmetima	Nije uslovjen
Ciljevi izučavanja predmeta	Da studenti steknu znanja o inovativacijama i jačanju konkurentnosti, kao i da razviju kreativnost u pravcu implementacije novih ideja na tržištu Crne Gore i šire. Studenti će ovladati metodama za: izradu strategije upravljanja proizvodom, izrade tehno – ekonomske analize novog proizvoda, analize tačke rentabiliteta novog šroizvoda. Cilj predmeta je i razumijevanje i poznavanje koncepcata: održivi razvoj, održivi saobraćaj/transport, održiva mobilnost; razumijevanje i poznavanje pojma: transportna politika, strategije, mjere/instrumenti, indikatori/pokazatelji i indeksi, performanse održivih transportnih sistema; mogućnosti mjerena i operacionalizacije - primjene koncepta održivog transporta u praksi transportnih organizacija; razumijevanje uloge transporta u tržišnoj ekonomiji i suštine funkcionisanja transportnih kompanija
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Aleksandar Vujošić
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, domaci radovi, projekti, konsultacije
I nedjelja, pred.	Uvodno predavanje o ciljevima predmeta, ishodima učenja, načinu polaganja ispita. Terminologija i razvojni trendovi u razmatranim oblastima.
I nedjelja, vježbe	Uvodno predavanje o ciljevima predmeta, ishodima učenja, načinu polaganja ispita. Terminologija i razvojni trendovi u razmatranim oblastima.
II nedjelja, pred.	Definicije inovacija, karakteristike savremenog poslovnog okruženja – osnov za razvoj inovacija. Interni i eksterni faktori koji utiču na razvoj inovacija. Proces razvoja inovacije u organizaciji – faze razvoja inovacije. Vrste inovacija. Mjerjenje performansi inovacija. Analiza primjera uspješnih inovacija
II nedjelja, vježbe	Definicije inovacija, karakteristike savremenog poslovnog okruženja – osnov za razvoj inovacija. Interni i eksterni faktori koji utiču na razvoj inovacija. Proces razvoja inovacije u organizaciji – faze razvoja inovacije. Vrste inovacija. Mjerjenje performansi inovacija. Analiza primjera uspješnih inovacija
III nedjelja, pred.	Definicije i pojam konkurentnosti. Preduzetništvo – preduzetnik kao osnova razvoja inovacija i konkurentnosti. Mjerjenje konkurentnosti. Mjerjenje inovativnosti u funkciji poboljšavanja konkurentnosti. Održiva konkurentnost i uticajni faktori za uspjeh proizvoda na tržištu. BCG (boston consulting group) matrica. Primjeri i diskusija.
III nedjelja, vježbe	Definicije i pojam konkurentnosti. Preduzetništvo – preduzetnik kao osnova razvoja inovacija i konkurentnosti. Mjerjenje konkurentnosti. Mjerjenje inovativnosti u funkciji poboljšavanja konkurentnosti. Održiva konkurentnost i uticajni faktori za uspjeh proizvoda na tržištu. BCG (boston consulting group) matrica. Primjeri i diskusija.
IV nedjelja, pred.	Održiva konkurentnost i uticajni faktori za uspjeh proizvoda na tržištu. BCG (boston consulting group) matrica. Primjeri i diskusija.
IV nedjelja, vježbe	Održiva konkurentnost i uticajni faktori za uspjeh proizvoda na tržištu. BCG (boston consulting group) matrica. Primjeri i diskusija.
V nedjelja, pred.	Ponašanje korisnika. Modeli koji opisuju ponašanje korisnika i odlučivanje o kupovini. Identifikacija društvenih slojeva za potrebe istraživanja tržišta. Proces mjerjenja zadovoljstva korisnika. Marketing i zadovoljstvo korisnika. Primjer identifikacije novog konkurentnog proizvoda – razvoj inovativne ideje
V nedjelja, vježbe	Ponašanje korisnika. Modeli koji opisuju ponašanje korisnika i odlučivanje o kupovini. Identifikacija društvenih slojeva za potrebe istraživanja tržišta. Proces mjerjenja zadovoljstva korisnika. Marketing i zadovoljstvo korisnika. Primjer identifikacije novog konkurentnog proizvoda – razvoj inovativne ideje
VI nedjelja, pred.	Istraživanje i analiza tržišta u funkciji inovativnosti i konkurentnosti. Segmentacija tržišta. Metode i tehnike prikupljanja podataka. Pozicioniranje proizvoda u odnosu na konkureniju i izrada percepcijske mape. Primjer izrada percepcijske mape
VI nedjelja, vježbe	Istraživanje i analiza tržišta u funkciji inovativnosti i konkurentnosti. Segmentacija tržišta. Metode i tehnike prikupljanja podataka. Pozicioniranje proizvoda u odnosu na konkureniju i izrada percepcijske mape. Primjer izrada percepcijske mape
VII nedjelja, pred.	I kolokvijum
VII nedjelja, vježbe	I kolokvijum
VIII nedjelja, pred.	Popravni I kolokvijuma. Analiza domaćih radova.
VIII nedjelja, vježbe	Popravni I kolokvijuma. Analiza domaćih radova.
IX nedjelja, pred.	Inženjerske metode i tehnike u funkciji poboljšavanja inovativnosti i konkurentnosti. Primjeri primjene inženjerskih metoda i tehnika. Analiza konkurenije i diferenciranje proizvoda. Primjer istraživanja konkurenije po Harvey Mackay modelu

IX nedjelja, vježbe	Inženjerske metode i tehnike u funkciji poboljšavanja inovativnosti i konkurentnosti. Primjeri primjene inženjerskih metoda i tehnika. Analiza konkurenčije i diferenciranje proizvoda. Primjer istraživanja konkurenčije po Harvey Mackay modelu
X nedjelja, pred.	Biznis plan 1. Primjeri. Izrada biznis plana za izabranu inovativnu kompaniju/provod. Analiza slučaja iz prakse
X nedjelja, vježbe	Biznis plan 1. Primjeri. Izrada biznis plana za izabranu inovativnu kompaniju/provod. Analiza slučaja iz prakse
XI nedjelja, pred.	Biznis plan 2. Primjeri. Izrada biznis plana za izabranu inovativnu kompaniju/provod. Učešće stručnjaka iz prakse
XI nedjelja, vježbe	Biznis plan 2. Primjeri. Izrada biznis plana za izabranu inovativnu kompaniju/provod. Učešće stručnjaka iz prakse
XII nedjelja, pred.	Break Even analiza i prelomna tačka rentabiliteta. Primjer. Analiza prelomne tačke rentabiliteta za novi proizvod. Analiza slučaja iz prakse
XII nedjelja, vježbe	Break Even analiza i prelomna tačka rentabiliteta. Primjer. Analiza prelomne tačke rentabiliteta za novi proizvod. Analiza slučaja iz prakse
XIII nedjelja, pred.	Zaštita intelektualne svojine (patenti, žigovi, zaštita dizajna...)
XIII nedjelja, vježbe	Zaštita intelektualne svojine (patenti, žigovi, zaštita dizajna...)
XIV nedjelja, pred.	II kolokvijum
XIV nedjelja, vježbe	II kolokvijum
XV nedjelja, pred.	Popravni kolokvijuma 2. Analiza domaćih radova
XV nedjelja, vježbe	Popravni kolokvijuma 2. Analiza domaćih radova
Obaveze studenta u toku nastave	Redovno prisustvo predavanjima I vježbama (max dozvoljena dva izostajanja na predavanjima +dva izostajanja na vježbama)
Konsultacije	Svakog radnog dana u kabinetu 419
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	Peter Drucker, Innovation and Entrepreneurship, Taylor & Francis, Sep 15, 2014 Degrass, J., Quinn, S. (2007). Leading innovation. McGraw-Hill, 2007. Don Waldman, Elizabeth J Jensen, Industrial Organization: Theory and Practice, Pearson Education, Apr 11, 2013 Jovanovic J., Vujovic A., Krivokapic Z, Pekovic S., Kramar D., Sokovic M. Inovacije i inovativnost. SATCIP, Vrnjacka Banja, 2015 Mirko Markovic, Poslovanje i preduzetništvo, -Univerzitetska knjiga, Mostar, 2003,
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Aktivnosti na nastavi i vježbama:5 poena Dva kolokvijuma po 20 i 25 poena:45 poena Završni ispit : 50 poena
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon završetka ovog ispita student će biti u mogućnosti da: 1. objasni pojmove inovativnosti, konkurentnosti i preduzetništva, razvoja novog proizvoda, analize konkurenčije, zaštite intelektualne svojine. Biće u stanju da argumentuju i analiziraju strukturu i modalitete djelovanja saobraćaja/transporta i okruženja; analiziraju mogućnosti kvantifikacije eksternih efekata transporta 2. razlikuju osnovne aspekte (ekonomski, ekološke i sociološke) održivog razvoja transporta, da definiše i sistematizuje indikatore održivog transporta; razlikuje osnovne mjere transportne politike u funkciji održivog razvoja transporta i poznaje nove principe i primjere ekonomike poslovanja u funkciji održivog transporta 3. razumije ponašanje korisnika, izvrši diferenciranje i analizu konkurenčije i identificiraju moguće pravce razvoja. Kreiraju kriterijume za izbor indikatora održivog transporta i upoređuju indikatore po značaju; da objašnjava opšta načela rada transporta u uslovima tržišne ekonomije, karakteriše saobraćajne potrebe, izvore i potražnju za transportnim uslugama. Opisuju karakteristike tržišta usluga u transportnom sektoru; definiraju funkcije preduzeća u sektoru transporta 4. Poznaju osnove ekonomije transporta; vrše proračune osnovnih elemenata ekonomski analize transportnog preduzeća; prave preliminarnu ekonomsku analizu preduzetih inženjerskih aktivnosti; shvata važnost i razumije ekonomski aspekt i efekte funkcionalisanja transporta. 5. Izradi biznis plan za novi proizvod u oblasti saobraćaja, 6. Razmatra mogućnosti razvoja novog proizvoda kroz matematički proračun i analizu prelomne tacke rentabiliteta 7.Napravi matematički proračun za izradu strategije proizvoda primjenom BCG metode