

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Razvoj novog proizvoda". Rad ima 16 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

SEMINARSKI RAD

PREDMET: PROIZVODNI I USLUŽNI MENADŽMENT

TEMA: RAZVOJ NOVOG PROIZVODA

SADRŽAJ

Uvod

Značaj novog proizvoda

Strategija novog proizvoda

Poboljšanje proizvoda

Zaključak

Literatura

Uvod

Razvoj novih proizvoda ili usluga je osnovni preduslov za prosperitet i održavanje konkurentnosti za sve kompanije. Preduzeća koja žele da budu lideri na svom polju moraju preuzimati inicijativu u razvoju novih proizvoda, mada postoje preduzeća koja smatraju da je rizik od inovacionog promašaja suviše velik i koja izlaz traže u strategiji kopiranja uspešnih inovacija.

Postupak razvoja novog proizvoda ne može se ostvariti odjednom, kako se to često očekuje, već postepenim radom i dugotrajnim istraživanjima.

Uvođenjem novih proizvoda u svoj proizvodni program preduzeće dobija mogućnost za postizanje pozitivnih rezultata. Pod poboljšanim proizvodom podrazumeva se novi proizvod koji zamenjuje postojeći.

Trebalo bi odmah razjasniti šta se podrazumeva pod pojmom novi proizvod. Pod novim proizvodom podrazumeva se proizvod koji predstavlja novitet na tržištu. Međutim, pod novim proizvodom podrazumeva se i pojava novog proizvoda koji se vezuje za određeno preduzeće, ali ne predstavlja novinu na tržištu.

Značaj razvoja proizvoda

Razvoj proizvoda podrazumeva skup aktivnosti u oblasti projektovanja proizvoda i odgovarajućih izmjena na njima u cilju uspešnog prodavanja proizvoda na tržištu. On obuhvata:

Određivanje tehničkih i funkcionalnih karakteristika proizvoda

Izradu idejnog (konceptijskog) rješenja

Stilsko oblikovanje proizvoda

Proračun vitalnih elemenata proizvoda

Izradu konstruktivne dokumentacije za prototip proizvoda

Izradu prototipa proizvoda

Ispitivanje prototipa proizvoda

Izradu proizvodne i konstrukcione dokumentacije o proizvodu

Izrada preostale tehničke dokumentacije o proizvodu (uputstvo za upotrebu, uputstvo za održavanje, katalogi ...)

Praćenje proizvoda u eksploataciji i sprovođenje konstruktivnih unapređenja

Osnovni razlog za razvoj novog proizvoda ili poboljšavanje starog jeste potreba preduzeća da poveća prodaju i svoj udeo na sadašnjim tržištima kao i osvajanje novih. U suštini to se može ostvariti na tri načina:

Preduzeće može da razvije nove karakteristike ili sadržaj proizvoda putem nastojanja da adaptira, modifikuje, poveća, umanji, zameni, rearanžira...

Preduzeće može da kreira verzije proizvoda različitog kvaliteta

Preduzeće može da razvije dodatne modele i veličine

Drugim riječima, to bi izgledalo ovako:

Razvoj novih osobina proizvoda

Adaptirati (za druge ideje, razvoje)

Modifikovati (promjeniti boju, pogon, zvuk, miris, oblik)

Uvećati (snažniji, duži, deblji, ekstra vrednost)

Umanjiti (manji, kraći, lakši)

Zamjeniti (drugi sastojci, proces, snaga)

Rearanžirati (drugačija struktura, raspored, redosled, komponente)

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com