



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

SYLLABUS PREDMETA

Opći podaci o predmetu

Naziv predmeta:	Projektiranje, upravljanje i vođenje
Šifra predmeta u ISVU-u:	83242 (ST516)
Studij i smjer pri kojem se izvodi predmet:	Specijalistički diplomski stručni studij strojarstva
Nositelj predmeta:	Vladimir Tudić
Suradnik pri predmetu:	nema
ECTS bodovi:	7.5
Semestar izvođenja predmeta:	II
Akadska godina:	2019./2020.
Uvjetni predmet polaganja ispita:	nema
Nastava se izvodi na stranom jeziku:	ne
Ciljevi predmeta:	Cilj predmeta je upoznati studente s osnovama projektiranja procesa proizvodnje, s postupkom procjene rizika koristeći SWOT i PESTLE analizu, znati provoditi segmentiranje i targetiranje tržišta. Sekundarni cilj je osposobiti studente za stjecanje stručnih kompetencija za provedbu marketinga i marketing miksa u procesu stvaranju kupaca kao i stjecanja znanja i vještina za provedbu Facility Managementa (FMS) u upravljanju imovinom.

Ustrojstvo nastave

Vrsta nastave	Broj sati tjedno:	Broj sati semestralno:	Obveze studenata po vrsti nastave:
Predavanja:	2	30	prisustvo na predavanjima 80%
Vježbe (auditorne):	-	-	
Vježbe (laboratorijske):	2	30	80% prisutnost na vježbama
Seminarska nastava:	-	-	
Terenska nastava:	-	-	
Ostalo:	-	-	
UKUPNO:	4	60	80% prisutnost na predavanjima i vježbama

Praćenje rada studenata te povezivanje ishoda učenja i provjere znanja

Formiranje ocjene tijekom provedbe nastave:	ISHODI UČENJA (Isti ishod učenja ne smije se provjeravati kroz više elemenata formiranja ocjene)	ELEMENTI FORMIRANJA OCJENE (prema strukturi ECTS bodova: kolokvij, blic test, praktični radovi, aktivnost studenata, ...)	BODOVI ELEMENATA OCJENE
(odrediti točno 6 ishoda učenja)	I1: Objasniti faze i postupak projektiranja procesa proizvodnje.	Kolokvij I	Kolokvij I 50 bodova
	I2: Opisati postupak procjene rizika koristeći SWOT i PESTLE analizu.	Kolokvij I	
	I3: Definirati na koji način se provodi segmentiranje i targetiranje tržišta.	Kolokvij I	
	I4: Objasniti važnost i značaj marketinga i marketing miksa u stvaranju kupaca.	Kolokvij II	Kolokvij II 50 bodova
	I5: Opisati koje aktivnosti obuhvaća Facility Management i Space Management u upravljanju imovinom.	Kolokvij II	
	I6: Objasniti važnost stvaranja novih inovativnih proizvoda i novih tržišta i definirati intelektualno vlasništvo i postupak patentne zaštite u RH.	Kolokvij II	



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

SYLLABUS PREDMETA

Alternativno formiranje konačne ocjene (I1 - I6)	ili alternativno formiranje konačne ocjene: Konačni pismeni ispit = 70% konačne ocjene - I1-I6 Usmeni ispit = 30% konačne ocjene. Ocjena studenata tijekom nastave iznosi 100% konačnog ispita. Studenti koji nisu ostvarili 50% (50 bodova) temeljem ocjenskih bodova iz pojedinog kolokvija imaju pravo pristupa konačnom ispitu kolegija. Uspješnost studenata na završnom ispitu kolegija iznosi 100% konačne ocjene.	Ukupno: 100 bodova
Kompetencije studenata:	Studenti će steći opće i stručne kompetencije potrebne za obavljanje projektiranja procesa proizvodnje, s provedbom procjene rizika koristeći SWOT i PESTLE analizu, znanja u postupku provođenja segmentiranja i targetiranja tržišta, provedbu marketinga i marketing miksa u procesu stvaranju kupaca kao i potrebna znanja i vještine za provedbu Facility Menagementa (FMS) u upravljanju imovinom.	

Uvjeti dobivanja potpisa:	Prisustvovanje na predavanjima i na vježbama minimalno 80%.
Uvjeti za izlazak na ispit:	Potpis nastavnika.
Bodovna skala ocjenjivanja:	Prema Pravilniku o ocjenjivanju Veleučilišta u Karlovcu, članak 9, stavak 5: 90-100 - izvrstan (5) (A) 80-89,9 - vrlo dobar (4) (B) 65-79,9 - dobar (3) (C) 60-64,9 - dovoljan (2) (D) 50-59,9 - dovoljan (2) (E) 0-49,9 - nedovoljan (1) (F)

Struktura ECTS bodova predmeta

Pridijeljena vrijednost ECTS bodova predmetu je odraz opterećenja studenta u procesu usvajanja gradiva. Pri tome su uzeti u obzir sati nastave, relativna težina gradiva, opterećenje pripreme ispita, kao i sva ostala opterećenja kako slijedi:

Aktivnost (redovitost) studenata	Seminarski rad	Esej	Prezentacija	Kontinuirana provjera znanja (Blic testovi)	Praktični rad
0,5	2,5				
Samostalna izrada zadatka	Projekt	Pismeni ispit (kolokvij)	Usmeni ispit	Ostalo	
0,5		3	1		

Pregled nastavnih jedinica po tjednima s pripadajućim ishodima učenja

Tjedan	Tema predavanja i ishodi učenja:	Tema vježbi i ishodi učenja:
1.	Osnovni pojmovi u procesu upravljanja proizvodnjom: I1	Analiza procesa upravljanja proizvodnjom: I1
2.	Pojmovi roba, usluga, funkcije, strategije: I1	Analiza roba, usluga, funkcije, strategije: I1
3.	Pojmovi kapacitet, radna snaga, kvaliteta, zaliha: I1	Analiza kapaciteta, radne snage, kvaliteta, zaliha: I1
4.	Poslovni sustavi i procesi: I1	Analiza sustava i procesa: I1
5.	Pojam konkurencije, rizika i troškova: I1	Analiza konkurencije, rizika i troškova: I1
6.	Projektiranje proizvodnog procesa (planiranje, normativi, ciklusi): I2	Analiza projektiranja proizvodnog procesa: I2
7.	Tehnike mrežnog i stupnjevitog planiranja: I3	Analiza mrežnog i stupnjevitog planiranja: I3



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

SYLLABUS PREDMETA

8.	Proizvodna strategija – vizija, ciljevi, politike: I3	Analiza strategija: I3
9.	Projekti – vrste, struktura, aktivnosti i resursi: I4	Analiza vrste, struktura, aktivnosti i resursa: I4
10.	Procjena rizika proizvodnog procesa prema SWOT i PESTLE analizi: I5	Analiza rizika: I5
11.	Segmentacija i targetiranje tržišta: I5	Analiza važnosti segmentacije i targetiranja tržišta: I5
12.	Značaj marketinga i marketing miksa u stvaranju kupaca: I5	Analiza marketinga i marketing miksa: I5
13.	Facility Management System (FMS) i Space Management System (SMS) u upravljanju imovinom: I6	Upoznavanje s Facility Management System: I6
14.	Važnost stvaranja novih inovativnih proizvoda i potraživanje novih tržišta: I6	Analiza važnosti stvaranja inovativnih proizvoda: I6
15.	Intelektualno vlasništva i postupak patentne zaštite u RH: I6	Upoznavanje s ntektualnim vlasništvom i postupkom patentne zaštite.: I6

Literatura

LITERATURA (osnovna / dopunska):

Obavezna:

1. I. Čala, Upravljanje proizvodnjom i projektima, FSB, Školska knjiga Zagreb, 2. Izdanje, 2005.
2. USC Marshall, Segmentation, Targeting, and Positioning, respozitorij: http://www.consumerpsychologist.com/cb_Segmentation.html, 2010.

Dopunska:

1. BSC LLP, Marketing mix (Price, Place, Promotion, Product), respozitorij: <http://businesscasestudies.co.uk/business-theory/marketing/>, 2015.
2. DZIV, Zaštita intelektualnog vlasništva u RH, respozitorij: <http://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/patenti/>, 2015.

Ispitni rokovi u akad. godini: 2019./2020.

Redoviti ispitni rokovi:	Prema planu ispitnih rokova studija. Objavljeno u tablici ispitnih rokova.
Izvanredni ispitni rokovi:	Odlukom Dekanice.

Kontakt informacije

1. Nastavnik	dr. sc. Vladimir Tudić, prof. v.š.
e-mail:	vladimir.tudic@vuka.hr
Vrijeme i mjesto održavanja konzultacija:	utorkom 11-13h, Odjel strojarstva, kabinet M116
2. Nastavnik	-
e-mail:	
Vrijeme i mjesto održavanja konzultacija:	