

Nazwa w jęz. angielskim: Management of a new product development

Nazwa w języku polskim: Zarządzanie rozwojem nowego produktu

Dane dotyczące zajęć:

Information on course:

Jednostka oferująca: Wydział Organizacji i Zarządzania // dr hab. inż. Adam Gumiński

Course offered by: Faculty of Organization and Management // dr hab. inż. Adam Gumiński

Język wykładowy:
angielski
Language:
English
Strona WWW: Course homepage:
Skrócony opis:
Celem dydaktycznym przedmiotu będzie wykorzystanie poznanych metod i narzędzi stosowanych w projektowaniu produktów i usług oraz ich wykorzystanie w analizie procesu wprowadzenia na rynek wybranych produktów.
Short description:
The main aim of the subject is to use known methods and tools used in the design of products and services and their use in the analysis of the process of introducing selected products to the market.
Opis:
Celem dydaktycznym przedmiotu będzie wykorzystanie poznanych metod i narzędzi stosowanych w projektowaniu produktów i usług oraz ich wykorzystanie w analizie procesu wprowadzenia na rynek wybranych produktów. W ramach przedmiotu analizie zostaną poddane zarówno produkty, które zakończyły się sukcesem jak i te, które okazały się niepowodzeniem. Zakres analizy obejmie zagadnienia techniczne, marketingowe oraz ekonomiczno-finansowe. Takie podejście wpłynie na rozwój umiejętności uczestniczenia w procesie opracowywania koncepcji wprowadzenia produktu na rynek. Zdobyta wiedza uzyskana w ramach przedmiotu wpłynie na poprawę procesu decyzyjnego w ramach poszukiwania innowacyjnych rozwiązań, a także usprawni komunikację między członkami zespołów projektowych. Niezależnym celem dydaktycznym jest poprawa znajomości słownictwa technicznego i biznesowego wraz z jego kontekstowym wykorzystaniem we wdrażaniu innowacyjnych produktów.
Treści programowe Wykład 1. Innowacyjne produkty w gospodarce. 2. Metodyka zarządzania projektami. 3. Ekonomiczne metody analizy projektów innowacyjnych 4. Techniki ewaluacji w procesach innowacyjnych. 5. Uwarunkowania realizacji procesów innowacyjnych. 6. Kluczowe czynniki sukcesu w procesach wdrażania nowych produktów. 7. Przegląd wdrożeń wybranych innowacyjnych produktów na rynku.
Zajęcia będą w formie wykładów i warsztatów.
Wykład: • stacjonarne: 30h • niestacjonarne: 18h
Liczba punktów ECTS: 2
Description:

The main aim of the subject is to use known methods and tools used in the design of products and services and their use in the analysis of the process of introducing selected products to the market. As part of the subject, both successful and unsuccessful products are analyzed. The scope of the analysis includes technical, marketing, economic and financial issues. This approach affects the development of the ability to participate in the process of developing the concept of launching a new product to the market. The knowledge acquired in the course improves a decision-making process in the search for innovative solutions, as well as improves communication between members of a project team. An independent didactic goal is to improve the knowledge of technical and business vocabulary along with its contextual use in the implementation of innovative products.

Lecture

1. Innovative products in an economy.
2. Project management methodology.
3. Economic methods for the assessment of innovative projects.
4. The valuation techniques in innovative processes.
5. Determinants of innovative processes execution.
6. Key success factors in new product deployment processes.
7. The review of selected innovative products deployment on the market.

Lessons are given in the form of lectures and workshops.

Lecture:

- **full-time studies: 30h**
- **part-time studies: 18h**

Number of ECTS credits: 2

Literatura:

1. Dworczyk M., Szlasa R. – „Zarządzanie innowacjami”. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2001.
2. Drucker P.F.: „Zarządzanie XXI wieku - wyzwania”. New media, Warszawa 2010.
3. Kelley T.: „Sztuka innowacji”. New media, Warszawa 2010.
4. Praca zbiorowa pod redakcją B. Sojkina - „Zarządzanie produktem”. PWE, Warszawa 2003.. Wspomaganie komputerowe CAD/CAM. Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 1997.
5. Berkun S.: „The Myths of Innovation”. O'Reilly Media, 2010
6. Dohn K., Gumiński A., Zoleński W.: Early Warning Concept in Identifying Risks in Business Activity. W: Risk Management in Public Administration. Wydawnictwo Palgrave Macmillan, 2017.
7. Drucker P.F.: „Managing in a time of great change”. Plume, 1998.
8. Szatkowski K.: „Zarządzanie innowacjami i transferem technologii”. PWN, Warszawa 2016.
9. Knosala R., Boratyńska-Sala A., Jurczyk-Bunkowska M.: „Zarządzanie innowacjami”. PWE, Warszawa 2014.
10. Mackay H.: „Pływaj z rekinami i nie daj się pożreć”. New media, Warszawa 2010.
11. Tidd J., Bessant J.: „Zarządzanie innowacjami”. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.

Bibliography:

1. Drucker P.F.: „Management Challenges for the 21st Century”. HarperCollins Publishers, 2001.
2. Kelley T.: „The Art of Innovation”. Profile Business, 2002.
3. Berkun S.: „The Myths of Innovation”. O'Reilly Media, 2010
4. Dohn K., Gumiński A., Zoleński W.: Early Warning Concept in Identifying Risks in Business Activity. W: Risk Management in Public Administration. Wydawnictwo Palgrave Macmillan, 2017.
5. Dohn K., Gumiński A.: Key changes improving the quality of customer service of a logistics operator on a regional LSP market. W: Carpathian Logistics Congress. CLC'2015, Jeseník, Czech Republic, November, 4th - 6th 2015. VSB - Technical University Ostrava, Technical University in Kosice, AGH University of Science & Technology.
6. Drucker P.F.: „Managing in a time of great change”. Plume, 1998.
7. Mackay H.: „Swim with the Sharks without Being Eaten Alive”. Harper, 2005.
8. Tidd J., Bessant J.: „Innovation management”. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.

Efekty uczenia się:

1. Student potrafi ustalić potrzeby rynkowe w zakresie produktów i usług
2. Student zna i stosuje podstawowe metody statyczne i dynamiczne oceny efektywności ekonomicznej projektów
3. Student potrafi przygotować koncepcję produktu z uwzględnieniem kryteriów technicznych,

marketingowych, prawnych i ekonomicznych

4. Student potrafi współdziałać w zespole projektowym

5. Student zna i potrafi wykorzystać koncepcje zarządzania logistycznego w analizie możliwości wprowadzenia produktu na rynek

Learning outcomes:

1. The student is able to determine market needs in terms of products and services

2. The student knows and applies the basic static and dynamic methods of assessing the economic effectiveness of projects

3. The student is able to prepare a product concept taking into account technical, marketing, legal and economic criteria

4. The student is able to cooperate in a project team

5. The student knows and can use the concepts of logistics management in the analysis of the possibility of introducing a product to the market

Metody i kryteria oceniania:

Wykład

Zaliczenie w formie kolokwium. Kryterium zaliczenia: wynik kolokwium minimum 55%.

Assessment methods and assessment criteria:

Lecture

Passing the course in the form of a final test. Passing criterion: test score of at least 55%.

**Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:
Element of course groups in various terms:**

Opis grupy przedmiotów Course group description	Cykl pocz. First term	Cykl kon. Last term
przedmioty obieralne studia stacjonarne i niestacjonarne stopień studiów – dowolny kierunek studiów – dowolny, semestr dowolny elective courses full-time and part-time studies degree - any field of study - any semester - any	2024/25	