

SADRŽAJ:

1. O inovacijama 1
  - 1.1. Definicija 1
  - 1.2. Zašto inovacije 2
2. Izvori informacija za inovacije 2
3. Inovativne aktivnosti 3
4. Faktori koji najčešće ometaju inovacije 4
5. Da li ste inovativni 4
6. Menadžment inovacija 5
7. Upravljanje inovacijama 6
  - 7.1. Ko prihvata inovacije opstaje i napreduje 7
8. Deset ekstremnih inovacija koje će 2025. uzdrmati svet 8
  - 8.1. Zadatak strateškog marketinga 9
9. Upoznavanje rizika 11
10. Analiza rizika 12
11. Klasifikacija rizika 12
12. Upravljanje rizicima 14
  - 12.1. Identifikacija rizika 15
  - 12.2. Analiza i procena rizika 16
  - 12.3. Planiranje reakcije na rizik 16
  - 12.4. Kontrola primene reakcije na rizik 17
13. Primeri 18
  - 13.1. Canon 18
  - 13.2. Coca Cola kontur boca 19
  - 13.3. Cedevisa GO 19
  - 13.4. Toyota 20
14. Literatura 21

1. O inovacijama  
Da bi se održala konkurentna prednost ogromna je potreba za inoviranjem i uvođenjem inovacija širokog spektra.

U svakodnevnoj upotrebi daju se mnoge definicije i tumačenja pojma "inovacija" s obzirom da u našem okruženju postoji nerazumevanje kada se postavi pitanje šta je inovacija. Pojednostavljeno rečeno inovacije podrazumevaju promenu i sposobnost (pojedinih i firme) upravljanja tokom vremena.

1.1. Definicija inovacija

Spominjanje inovacija najčešće navodi na pomisao da je to nešto što je povezano sa fundamentalnim naukama, da je to pitanje nauke i istraživanja ili državne podrške. Sledeće što se pomisli je da su inovacije samo pronalasci, nešto što je povezano usko sa intelektualnom svojinom pri čemu se pod tim najčešće podrazumeva da to mora obavezno da bude patent.

Najuniverzalnija definicija inovacija bi glasila da inovacija podrazumeva obnavljanje i širenje dijapazona proizvoda, usluga i njihovih tržišta; uspostavljanje novih načina proizvodnje, nabavke i distribucije; uvođenje promena u način upravljanja, organizaciju rada, uslove za rad i veštine radne snage.

Jasnija i kraća definicija bi bila da su inovacije transformacija ideja u nove ili unapređene tehnološke procese ili proizvode sa izlaskom na tržište, nove organizacione sisteme ili nov pristup uslugama.

Nove ideje mogu da podrazumevaju i da se odnose na neki novi ili poboljšani proizvod odnosno uslugu, ali takođe i na način na koji se proizvod odnosno usluga isporučuju.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**