



Piše: Doc. dr Aleksandar Brzaković

# Inovacija u obrazovanju za 21. vek

*„Inovacija razlikuje lidera od sledbenika,“ rekao je Stiv Džobs. U savremeno doba zahtevnih kupaca, instant trendova i još bržih tehnoloških dostignuća, to je formula koju vredi razumeti. I dostići je, bez zanemarivanja kvaliteta.*

Današnje tržište nudi nove proizvode, nove trendove, nova razmišljanja, nov stil života neverovatnom brzinom. I u toj brzini, i dalje se traži promena, traži se inovativno. Potrošač je centar pažnje i njegova stalna želja za novim sadržajima je u fokusu interesovanja. Nekadašnji zakon svakog dobrog prodavca: „Mušterija je uvek u pravu“, podignuta je na viši nivo. Deviza globalnog poslovanja danas je: „Želja potrošača je zapovest“. No, da li potrošač sam, baš uvek, stvara svoju želju ili je pak vešti menadžeri pobuđuju?

Uspeh menadžera i kompanija u velikoj meri uslovljen je sposobnošću da se odgovori na promene u okruženju i da se ode korak dalje. Ili si „nov“ ili si „jučerašnja vest“ – inovacija je globalno pravilo uspešnog poslovanja. Onaj ko zna kako da upravlja dinamikom inovacija, uspeva i da konstantno ostavlja konkurenciju za korak iza sebe. A to je vizija svake kompanije.

Na šta sve menadžer koji teži da uspešno odgovori zahtevima nove tržišne utakmice mora da odgovori? Koje su to promene u željama potrošača i zahtevima tržišta koje je potrebno zadovoljiti? Bitna razlika kojoj se kompanije moraju prilagoditi da bi opstale i razvijale se jeste svest o promeni potreba i želja potrošača. Sa jedne strane,

tu su razlike u standardima, sa druge globalizacija i opšte prihvaćeni trendovi, koje je za sve kraće vreme potrebno implementirati. Kvalitet, fleksibilnost, brz odgovor na promene, neprekidni razvoj i istraživanja, informacije i znanja dolaze u prvi plan, kao faktori koji opredeljuju dugoročno pozitivno poslovanje. Ekspertski timovi i lideri koji ih vode postaju glavna

**Brendovi su preživeli kroz vekove samo zato što su imali fundamentalnu svrhu. Tehnologija zainteresuje, marketing prodava, ali samo suština traje. Sva tri faktora su od podjednake važnosti za uspeh brenda. I zato savremene kompanije moraju imati edukovane stručnjake u sve tri oblasti.**

konkurentna prednost. Kompanije postaju organizacije koje uče i koriste inteligentnu procenu želja i potreba potrošača, potpomognute savremenim biznis alatima – tehnologijom. Inovacije, brze, dinamične, prihvatljive a neobične, ono su što uspešnu kompaniju i njen proizvod izdvajaju od konkurencije. To motiviše proizvođače da kreiraju posebne i prepoznatljive proizvode ili usluge, odnosno da izgrade korporativni brend koji omogućava konkurentsku prednost organizaciji. Tako, dakle, kao što potreba kreira formu, tako inovacija podstiče i progres. Implementiranje inovacija uslov je za kontinuirani razvoj i usavršavanje svakog brenda. Kompanije su savremene samo ako su prihvatile model konstantne modernizacije.

Tehnološke inovacije neodvojiv su deo formule uspeha. Ta vrsta inovacija trasira put prodaji i praktično preuzima vlasništvo nad brendovima. Finansijski uspeh na tržištu ne zavisi samo od do sada pomenutih inovacija ili od najnovijih i najboljih specifikacija i karakteristika. U velikoj meri, uspeh zavisi i od veština u marketingu. Ali i komunikacija i pristup, koji predstavljaju suštinu marketinga, treba da se posmatraju kao još

jedno polje za inovacije. Ipak, važno je istaći da su brendovi preživeli kroz vekove samo zato što su imali fundamentalnu svrhu. Tehnologija zainteresuje, marketing prodava, ali samo suština traje. Sva tri faktora su od podjednake važnosti za uspeh brenda. I zato savremene kompanije moraju imati edukovane stručnjake u sve tri oblasti.

Vratimo se inovaciji, na koju je potrebno pogledati i iz perspektive obrazovanja, kao imperativa u 21. veku. Okruženje u kom savremeni čovek živi konstantno se i užurbano menja. Živimo u vremenu toliko brzih i brojnih tehnoloških inovacija, kao i velikih društvenih promena, da tempo života mladim ljudima danas ostavlja sve manje vremena za donošenje pravih odluka, čak i kada je u pitanju obrazo-



vanje i profesionalno i poslovno usmerenje. A to je jedna od najboljih prilika za ostvarenje ličnog potencijala i otkrivanje vođe u sebi. Fakultet, kao mesto na kom se stiče obrazovanje, gradi budućnost i stvara sigurnost.

Na Fakultetu za menadžment, ekonomiju, finansije i informacione tehnologije – MEF vodimo se time da je obrazovni imperativ današnjice potreba da se prepozna način funkcionisanja uspešnih kompanija na domaćem i inostranom tržištu, kao i njihove poslovne inovacije i trendovi koje postavljaju. Naš moto je da je od izuzetne važnosti da gradivo koje se uči na fakultetu bude primenljivo u savremenim tržišnim uslovima, jer će samo na taj način naši studenti biti spremni da odmah nakon završetka fakulteta daju svoj doprinos u poslovnom svetu. Tradicionalnom sistemu obrazovanja su sa pojavom modernih tehnologija otvorene nove mogućnosti za unapređenje. Izuzetno je bitno da obrazovne institucije ne pružaju otpor ovakvim promenama, već treba da im krenu u susret. Mogućnost pregleđa snimljenih predavanja samo je jedna od inovacija u obrazovanju na MEF-u. Danas profesori imaju mogućnost da od svojih predmeta kreiraju multimedijalne

stavne programe i na najbolji način iskažu svoju kreativnost i prenesu znanje. Štampana literatura je za naše studente dostupna u internet izdanju, koje je uvek podložno unapređenju i promenama. Platforma za studije preko interneta je uvek dostupna našim studentima sa svih mobilnih uređaja i računara i ona predstavlja ličnu kartu jednog profesora i riznicu znanja za našeg studenta. Kreativna nastava je, ujedno,

**U 21. veku inovacije u obrazovanju zauzimaju sve značajnije mesto i postaju sve veći znak diferencijacije među obrazovnim institucijama. Hologramske prezentacije, studentske aplikacije, edukativni roboti, simulacije preduzeća i multimedijalne slušaonice samo su neki od projekata koji su trenutno u razvoju u Inovaciono-kreativnom centru na Fakultetu za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije – MEF.**

umetnost i nauka i zato je moderan koncept obrazovnog sistema jedan od najvećih izazova današnjice.

Kako je misija na Fakultetu za menadžment, ekonomiju, finansije i informacione tehnologije (MEF) obrazovanje, stručno znanje i najviša vrednost koju čovek može steći, a to je intelektualni kapital, tako priču o inovacijama kao imperativu savremenog doba vredi završiti u tom duhu. U 21. veku inovacije u

obrazovanju zauzimaju sve značajnije mesto i postaju sve veći znak diferencijacije među obrazovnim institucijama. Hologramske prezentacije, studentske aplikacije, edukativni roboti, simulacije preduzeća i multimedijalne slušaonice samo su neki od projekata koji su trenutno u razvoju u Inovaciono-kreativnom centru na Fakultetu za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije – MEF. Studenti na MEF-u imaju priliku da svojim idejama

i projektima apliciraju i postanu deo MEF tima, koji će podržati realizaciju projekata.

Ideje su vredne samo ako se istrajno pokušavaju ostvariti. Najbolji su najbolji zato što imaju hrabrosti i veruju da svoje ideje mogu sprovesti u delo. Početak je već pola bitke. □

*Doc. dr Aleksandar Brzaković  
Menadžer za inovacije i brendiranje  
www.mef.edu.rs*