

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н. И. Лобачевского»**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института экономики и
предпринимательства _____

_____ _А.О. Грудзинский

" _____ " _____ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Управление жизненным циклом

Рабочая программа дисциплины

**Управление жизненным циклом
(продвинутый уровень)**

Уровень высшего образования

Магистратура

Направление подготовки (специальность)

38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность/профиль подготовки (специализация)

Квалификация (степень) выпускника

магистр

Форма обучения

Очная

Нижегород

2022

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к обязательной части ООП направления подготовки **38.04.05**

Бизнес информатика

2.Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Определяет желаемые результаты осуществления проекта и осуществляет целеполагание, оценивает необходимые ресурсы.	Знать цели на различных стадиях жизненного цикла Уметь ставить цели на различных стадиях жизненного цикла (ЖЦ) Владеть подходами к постановке целей	Собеседование , задание, контрольная работа Собеседование , задание, контрольная работа Собеседование , задание, контрольная работа
	УК-2.2. Разрабатывает план (этапы) реализации проекта, принимая во внимание ресурсные ограничения, определяет последовательность и методы решения задач и достижения промежуточных результатов	Знать структуру плана на различных стадиях ЖЦ Уметь разрабатывать план на основе ситуативного анализ факторов внутренней и внешней сред , с учетом особенностей стадии ЖЦ Владеть навыками получения информации для разработки планов	Собеседование , задание, контрольная работа тест Собеседование , задание, контрольная работа Собеседование , задание, контрольная работа

	УК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта, оценивая вариативные параметры, определяет степень достижения планируемых результатов, вносит коррективы, формирует отчетность в соответствии с установленными требованиями.	Знать виды контроля за целевыми показателями Уметь осуществлять контроль за результатом достижения поставленных целей Владеть критериями достижения плановых показателей, инструментами анализа, связанными с теорией ЖЦ	Собеседование , задание, контрольная работа Собеседование , задание, контрольная работа Собеседование , задание, контрольная работа
ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	УК-4.1. Эффективно управляет взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности на основе применения стратегии сотрудничества.	Знать о принципе направленности управления ЖЦ на поведение потребителей, покупателей Уметь ставить цели по управлению ЖЦ на различных его стадиях в увязке с желаемым поведением покупателей , потребителей Владеть инструментами влияния на потребителей, покупателей	Собеседование , задание, контрольная работа Собеседование , задание, контрольная работа Собеседование , задание, контрольная работа

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	___ ЗЕТ	___ ЗЕТ
Часов по учебному плану	144		
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	32		
- занятия лекционного типа	8		
- занятия семинарского типа	22		
(практические занятия / лабораторные работы)			

самостоятельная работа	67		
КСР	45		
Промежуточная аттестация – экзамен			

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе					
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них					Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Консультации	Всего	
Тема 1. Основные положения теории жизненных циклов.		2	4			6	10
Тема 2. Управление на этапе разработки и внедрения товара		1	6			7	36
Тема 3. Управление на этапе роста и зрелости		2	5			7	15
Тема 4. Управление на этапе спада		1	3			4	10
Тема 5. Инструменты анализа, основанные на теории ЖЦ		2	4			6	15
КСР – 2 часа							
Промежуточная аттестация							
ЭКЗАМЕН							
ИТОГО	144	8	22			28	58

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает выполнение задания программы на семинарском занятии по профилю профессиональной деятельности и направленности образовательной программы.

На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится 6 часов (не менее 10% времени и не более часов, отведенных на практические занятия по дисциплине).

ПРИМЕР ПРИКЛАДНОЙ ЗАДАЧИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ

Реализовать следующие этапы разработки нового товара:

1. придумать идею товара или услуги
2. разработать концепцию товара:
 - описать назначение, характеристики, свойства товара, отличия от конкурентов;
 - разработать дизайн товара и описать его;
 - разработать упаковку товара и описать её;
 - разработать бренд товара (имя, логотип, цветовые решения);
3. описать целевой рынок или сегмент (характеристики потенциальных потребителей);
4. провести опросы потенциальных потребителей (не менее 10 человек), задав вопросы:
 1. нравится ли им предложенная концепция;
 2. соответствует ли потенциальный товар или услуга их потребностям?
 3. готовы ли они покупать товар или услугу с предложенными характеристиками?
 4. по какой цене купили бы продукт?
 5. каковы предложения по усовершенствованию будущего товара или услуги?
5. Определить инструменты продвижения бренда. 6. Выбрать подходящие медиа и их носители для продвижения бренда.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие практических навыков и компетенций в соответствии с профилем ОП:

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа. Предпочтительна групповая работа, так как предполагает генерацию идей, их оценку и отбор для превращения в лучшие концепцию продукта, атрибуты бренда и программу продвижения. Возможна и самостоятельная работа студентов. Опросы потенциальных покупателей, обработку результатов провести, используя возможности интернет в рамках самостоятельной контрольной работы.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа,

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

1. Выполнить задания, связанные с характеристиками рынка: рыночными тенденциями и сезонными факторами. Необходимая информация и исходные данные для выполнения задания находятся в Системе электронного обучения <https://e-learning.unn.ru/>.
2. Написать эссе на тему: "Методы генерации идей нового товара".
3. Выберите продукт (товар или услугу), находящийся на стадиях роста или зрелости. Разработайте комплекс маркетинга (маркетинг-микс) выбранного продукта. На каждом этапе жизненного цикла (ЖЦ) различаются спрос на рынке, конкурентная ситуация, финансовые потоки, цели и стратегии маркетинга. Рассмотрите ЖЦ товара с пятью этапами и заполните предложенную ниже таблицу:

Таблица. Цели и стратегии маркетинга на различных этапах ЖЦ.

Стадии жизненного цикла	Цели маркетинга	Стратегии в области товара	Стратегии в области цены	Стратегии в области коммуникаций (продвижения)	Стратегии в области распространения и сбыта
Выход на рынок					
Рост					
Зрелость					
Насыщение					
Спад					

4. Многоуровневое задание для представления на экзамене (выполняется в рамках самостоятельной работы)

Разработать маркетинг- план для его реализации на выбранном сегменте выбранного вами товара, находящегося на стадии роста, включив в план следующие составляющие?

1. Анализ рыночного сегмента

- 1.1. Анализ товара.
- 1.2. Анализ потребителей.
- 1.3. Анализ конкурентов

- 1.4. Анализ количественных характеристик сегмента
2. Постановка целей маркетинга
3. Разработка стратегии позиционирования
4. Разработка стратегий маркетинга
 - 4.1 в области товара
 - 4.2 в области цены
 - 4.3. в области коммуникаций
 - 4.4. В области распределения и сбыта
5. Определить контролируемые целевые показатели и источники информации для контроля

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения и контроля самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Управление жизненным циклом», ссылка: <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4425>, созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

5.Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),
включающий:

5.1.Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место	Продemonstrированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками.	Продemonstrированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в	Продemonstrированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несуществен	Продemonstrированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания,

	обучающего от ответа	грубые ошибки.	Выполнены все задания но не в полном объеме.	Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	полном объеме, но некоторые с недочетами.	ным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающего от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
зачтено	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы к экзамену	Код формируемых компетенций
1. Управление. Управление маркетингом. Планирование маркетинга. Управление ЖЦТ- управление маркетингом на различных стадиях ЖЦТ. Управление маркетингом как управление спросом и поведением потребителя	УК-2, ОПК-4
2. Управление жизненным циклом товара (ЖЦТ) на различных стадиях. Финансовая и конкурентная ситуация на различных стадиях ЖЦТ	УК-2
3. Рынок как объект управления на различных стадиях жизненного цикла товара (ЖЦТ). Структура рынка. Классификация рынков.	УК-2
4. Характеристики рынков. Направления ситуационного анализа рынков.	УК-2, ОПК-4
5. Сегментирование рынка. Критерии и стратегии сегментирования . Планирование стратегии сегментирования .	УК-2, ОПК-4
6. Позиционирование товара. Направления позиционирования. Этапы ЖЦТ, подходящие с точки зрения позиционирования товара .	УК-2, ОПК-4
7. Иерархия целей маркетинга. Корпоративные цели маркетинга. Их особенности на различных стадиях ЖЦТ.	УК-2, ОПК-4
8. Поведенческие цели. Коммуникативные цели на различных стадиях .	
9. Стратегии. Иерархия стратегий. Портфельные стратегии. и их связь с различными стадиями жизненного цикла .	УК-2
10. Стратегия роста. Матрица Анзоффа, и соответствующие ее полям стратегии маркетинга. Выбор стратегий роста на этапах роста продаж.	УК-2
11. Конкурентные стратегии на различных этапах ЖЦТ.	УК-2
12. . Маркетинговые стратегии и их разновидности. Инструменты маркетинга. Структура инструментов маркетинга.	УК-2, ОПК-4
13. Особенности комплекса маркетинга на различных этапах	УК-2
14. Маркетинг-план и его особенности на различных стадиях ЖЦТ.	УК-2

15. Методы генерации идей для нового продукта.	УК-2
16. Матрица ADL/LC связи конкурентной позиции и стадии ЖЦ, её применение для стратегического анализа и планирования .	УК-2

5.2.2. Типовые задания для оценки сформированности компетенций УК-2 и ОПК-4

1. Выполнить анализ выбранного вами товара или услуги, находящихся на стадии роста или зрелости. Компетенция УК-2

Анализ товара предполагает определение:

назначение товара:

показателей качества (различны для различных категорий товаров и услуг). Качество- это соответствие потребностям;

соответствие упаковки назначению и потребностям;

совпадает ли бренд, идея , которая в него заложена, восприятию целевой аудитории (выполняется ли марочный контракт?);

на какой стадии жизненного цикла находится продукт? Необходимо для определения целей и стратегий относительно продукта.

какова стратегическая позиция продукта? Зависит от стадии ЖЦТ.

экономических и рыночных показателей (продажи, прибыль, доля на рынке в динамике за прошлые периоды и прогноз на будущее

какие новые разработки ведутся в связи с существующим продуктом?

2. Выполнить сравнительный анализ конкурентов (не менее трех) , используя модель конкурентноспособности продукта Розенберга. Компетенции УК-2 и ОПК-4

Модель Розенберга исходит из того, что общая оценка покупателей выражается формулой:

$$Q = \sum W(i) * O(i), i = 1, \dots, n,$$

где $W(i)$ - важность (вес) i -той характеристики;

$O(i)$ - оценка i -той характеристики

n - число характеристик, важных для потребителя .

Форма таблицы для представления результатов

Важные характеристики товара	Балл важности $W(i)$. Семипозиционная шкала: 7-очень важно. 1-совершенно неважно	Оценка $O(i)$ характеристики Пятипозиционная шкала: 5-отл., 4-оч. хор, 3-хор, 2-удов, 1-плохо		
		Марка А	Марка В	Марка С
Хар-ка 1				
...				
Хар- ка n				
Итоговая оценка Q				

Дайте ответ, какая марка обладает наивысшей конкурентноспособностью?

Задание 3. Разработать концепцию позиционирования выбранного товара на выбранном сегменте рынка. Компетенции УК-2 И ОПК-4

Для её разработки необходимо ответить на вопросы:

- Кто является целевой группой потребителей, для которой разрабатывается бренд?
- В чём назначение, польза, выгода потребителя, которые он получит при использовании марки?
- Чем конкретный бренд лучше существующих, его основные преимущества?

Формат для формулирования концепции (то, что в скобках заменяется вашими товарной категорией, названием бренда и т.д.).

(Товарная Категория) (Название бренда), предназначен для (Функциональное назначение), лучше подходит для (Целевая группа потребителей), потому что (Основное преимущество) по сравнению с конкурентами.

Пример концепции позиционирования:

«ТВОЕ" – это яркий бренд модной одежды для энергичных и жизнерадостных людей. Мы предлагаем своим покупателям удобную стильную одежду по демократичным ценам.

5.2.3. Пример прикладной задачи для формирования практических навыков

Реализовать следующие этапы разработки нового товара:

1. придумать идею товара или услуги

2. разработать концепцию товара:

-описать назначение, характеристики, свойства товара , отличия от конкурентов;

- разработать дизайн товара и описать его;
 - разработать упаковку товара и описать её;
 - разработать бренд товара (имя, логотип, цветовые решения);
3. описать целевой рынок или сегмент характеристики потенциальных потребителей ;
 4. провести опросы потенциальных потребителей (не менее 10 человек), задав вопросы:
 1. нравится ли им предложенная концепция;
 2. соответствует ли потенциальный товар или услуга их потребностям?
 3. готовы ли они покупать товар или услугу с предложенными характеристиками?
 - 4 по какой цене купили бы продукт?
 5. каковы предложения по усовершенствованию будущего товара или услуги?
 5. Определить инструменты продвижения бренда.
 6. Выбрать подходящие медиа и их носители для продвижения бренда.

5.2.4. Вопросы для собеседования

Вопросы для оценки компетенции УК-2

1. Как связаны маркетинговые цели по продажам и поведенческие цели на существующих и потенциальных сегментах.?
2. Какие маркетинговые стратегии, определяемые матрицей Анзоффа, используются для увеличения продаж?
3. Сформулируйте возможные цели и стратегии маркетинга на стадии роста.

Вопросы для оценки компетенции «ОПК-4 и УК-2»

1. На какие вопросы нужно ответить , чтобы сформулировать концепцию позиционирования товара или услуги ?
2. Что такое выгода потребителя и как она связана с преимуществом товара?
3. Почему стратегия сегментирования – это маркетинговая стратегия?

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Управление жизненным циклом информационных систем (продвинутый курс): Электронная публикация / Золотухина Е.Б., Красникова С.А., Вишня А.С. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 119 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-906818-36-2 (доступен в электронно-библиотечной системе «Znanium.com» <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466044>);
2. Управление разработкой и внедрением нового продукта: учебное пособие / Л.А. Борискова, О.В. Глебова, И.Б. Гусева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 272 с.: 60х90 1/16. - (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-011407-1. (доступен в электронно–библиотечной системе <http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=522742>).

Дополнительная литература

1. Берг Д. Б. Модели жизненного цикла: Учебное пособие / Берг Д.Б., Ульянова Е.А., Добряк П.В., - 2-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2019. - 74 с.: ISBN 978-5-9765-3560-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966426>

Интернет-ресурсы

1. Жизненный цикл товара и управление им. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vuzlit.ru/311367/zhiznennyy_tsikl_tovara_upravlenie

2. Управление товаром на разных стадиях ЖЦТ. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://powerbranding.ru/marketing-strategy/razvitiye-tovara/>
3. Уровни товара (практика) . // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://powerbranding.ru/tovar/urovni-praktika/>
4. Гребенщиков А.А. Разработка нового товара: поэтапный процесс и потребительская оценка.// [Электронный ресурс]. Режим доступа] : www.profiz.ru › рео › 2020› novyj _tovar
- 5 . Этапы и организация нового товара// [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vuzlit.ru/250298/etapy_organizatsiya_razrabotki_tovara
6. Квартальнов В.А. Управление жизненным циклом туристского продукта. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov5-1.htm
7. Методика сегментации рынка // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://powerbranding.ru/segmentirovanie/potrebitelskii-rynok/>
8. Модель ADL-LC// [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://life-prog.ru/2_100944_model-ADL-LC.html
9. Студенческая презентация: [Модель ADL-LC](#)
[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.myshared.ru/slide/505458/>:
- 10..Курсы открытой образовательной платформы INTUIT (<http://www.intuit.ru>: Управление жизненным циклом ИС (http://www.intuit.ru/studies/educational_groups/880/info))

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютер, ТВ-экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО /ОС ННГУ _____.

Автор к.э.н. , доцент кафедры ИТИМЭ А.А. Горелова _____

Рецензент _____

Заведующий кафедрой __д.э.н., проф., Ю.В. Трифонов _____

Программа одобрена на заседании методической комиссии

_____ факультета/института

от «___» _____ 20__ года, протокол № _____.