

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: проректор  
Дата подписания: 01.12.2024 23:16:03  
Уникальный программный ключ:  
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**  
**ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"**

**Факультет**  
**Кафедра**

**Производственного менеджмента и маркетинга**  
**Маркетинга и логистики**



**"УТВЕРЖДАЮ"**  
Проректор  
Л.Н. Костина  
30.08.2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.01.01**

**"Управление жизненным циклом продукта"**

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент**  
**Профиль "Маркетинг"**


Квалификация	<b>БАКАЛАВР</b>
Форма обучения	<b>очная</b>
Общая трудоемкость	<b>2 ЗЕТ</b>
Год начала подготовки по учебному плану	<b>2022</b>

Донецк  
2022

Составитель(и):  
канд. экон. наук, доцент

 А.К. Берко

Рецензент(ы):  
канд. экон. наук, доцент

 Р.П. Лизогуб

Рабочая программа дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" разработана в соответствии с:

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (квалификация «академический бакалавр», «прикладной бакалавр») (утвержден приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №859 от 24.08.2016 г.)

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль "Маркетинг", утвержденного Ученым советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 30.08.2022 г. протокол № 1/4.

Срок действия программы: 2022-2026

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики

Протокол от 26.08.2022 г. № 1

Заведующий кафедрой:

д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

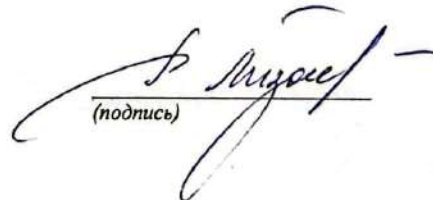
  
(подпись)

Одобрено Предметно-методической комиссией кафедры маркетинга и логистики

Протокол от 26.08.2022 г. № 1

Председатель ПМК:

канд.экон.наук, доцент, Лизогуб Р.П.

  
(подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2023 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2023 г. №\_\_

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П. \_\_\_\_\_ (подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2024 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2024 г. №\_\_

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П. \_\_\_\_\_ (подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 г. №\_\_

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П. \_\_\_\_\_ (подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2026 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2026 г. №\_\_

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П. \_\_\_\_\_ (подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

<b>1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
изучение теории и практики современных концепций маркетинга в управлении жизненным циклом продукта как важнейшего рыночного инструмента управления экономикой, особенностями понимания его сущности, принципов построения рациональной модели цикла продукта, изучения факторов, влияющих на организацию и эффективность системы товародвижения	
<b>1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать представления о понятии и основных решениях в области продуктовой политики;</li> <li>– освоить навыки организации и управления сервисом в системе товарной политики;</li> <li>– овладеть системным подходом в формировании сущности жизненного цикла товара;</li> <li>– овладеть знаниями, позволяющими разбираться в планировании ценообразования, рыночных и финансовых аспектах сущности технологического процесса создания нового продукта;</li> <li>– формирование рационального мышления в понимании тенденций, экономической ситуации, законов, принципов развития эффективной системы товародвижения и сбыта.</li> </ul>	
<b>1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.01
1.3.1. Дисциплина "Управление жизненным циклом продукта" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:	
Введение в профессию	
История управленческой мысли	
Макроэкономика	
Основы научных исследований	
1.3.2. Дисциплина "Управление жизненным циклом продукта" выступает опорой для следующих элементов:	
Товарная оценка и экспертиза	
Маркетинг	
Маркетинг закупок	
Маркетинговая товарная политика	
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
ПК-4.1: Понимать и применять принципы маркетинговых исследований; технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования; программы и сервисы исследования и поиска конкурентов в среде «Интернет»; методы, программы и сервисы исследования спроса; алгоритмы формирования потребительского спроса	
Знать:	
<b>Уровень 1</b>	принципы маркетинговых исследований
<b>Уровень 2</b>	технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования
<b>Уровень 3</b>	методы, программы и сервисы исследования спроса
Уметь:	
<b>Уровень 1</b>	использовать принципы маркетинговых исследований
<b>Уровень 2</b>	использовать технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования
<b>Уровень 3</b>	применять методы, программы и сервисы исследования спроса
Владеть:	
<b>Уровень 1</b>	навыками использования принципов маркетинговых исследований
<b>Уровень 2</b>	навыками использования технических, маркетинговых и информационно-аналитических методов исследования
<b>Уровень 3</b>	навыками применять методы, программы и сервисы исследования спроса
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
ПК-4.2: Осуществлять сбор и обработку информации, проводить исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства; проводить анализ цен и затрат; определять состав цены и факторы,	

*влияющие на затраты и себестоимость; применять различные методы ценообразования; определять источники информации и методы проведения маркетинговых исследований; составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям*

<b>Знать:</b>	
<b>Уровень 1</b>	инструменты сбора и обработки информации, проведения исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства
<b>Уровень 2</b>	состав цены и факторы, влияющие на затраты и себестоимость
<b>Уровень 3</b>	методы ценообразования, источники информации и методы проведения маркетинговых исследований

<b>Уметь:</b>	
<b>Уровень 1</b>	использовать инструменты сбора и обработки информации, проведения исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства
<b>Уровень 2</b>	определять состав цены и факторы, влияющие на затраты и себестоимость
<b>Уровень 3</b>	выбирать и использовать методы ценообразования, источники информации и методы проведения маркетинговых исследований

<b>Владеть:</b>	
<b>Уровень 1</b>	навыками использования инструменты сбора и обработки информации, проведения исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства
<b>Уровень 2</b>	навыками определять состав цены и факторы, влияющие на затраты и себестоимость
<b>Уровень 3</b>	навыками выбирать и использовать методы ценообразования, источники информации и методы проведения маркетинговых исследований

#### **1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:**

*ПК-4.3: Определять основные этапы проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечень информации и ее детализацию; проводить исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства*

<b>Знать:</b>	
<b>Уровень 1</b>	этапы проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечень информации и ее детализацию
<b>Уровень 2</b>	инструменты исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения
<b>Уровень 3</b>	инструменты анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства

<b>Уметь:</b>	
<b>Уровень 1</b>	проводить маркетинговые исследования, формировать технологии маркетинговых исследований, перечень информации и ее детализацию
<b>Уровень 2</b>	использовать инструменты исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения
<b>Уровень 3</b>	применять инструменты анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства

<b>Владеть:</b>	
<b>Уровень 1</b>	навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализация
<b>Уровень 2</b>	навыками использования инструментов исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения
<b>Уровень 3</b>	навыками применения инструментов анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства

**В результате освоения дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" обучающийся**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
	процесс управление жизненным циклом продукта;
	ключевые проблемы управления жизненным циклом продукта

<b>3.2 Уметь:</b>	разрабатывать коммуникационную политику и учитывать интересы участников в процессе управления продуктами;
	проводить интеграцию процессов управления продуктами в рамках жизненного цикла;
	измерять и оценивать процесс оказания услуг и производства товара в рамках жизненного цикла
<b>3.3 Владеть:</b>	
	навыками оценки качества услуги, товара;
	навыками ключевых проблем управления жизненным циклом продукта
<b>1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
<b>Промежуточная аттестация</b>	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим "Порядок организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". По дисциплине "Управление жизненным циклом продукта" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой	

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Общая трудоёмкость дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" составляет 2 зачётные единицы, 72 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
<b>2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. 1. Теоретические основы управления жизненным циклом продукта						
Тема 1.1. Понятие продукта и его виды /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Понятие продукта и его виды /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Понятие продукта и его виды /Ср/	2	1	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1	0	

				Л3.2 Э1 Э2 Э3		
Тема 1.2. Понятие и основные решения, принимаемые в области продуктовой политики предприятия /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Понятие и основные решения, принимаемые в области продуктовой политики предприятия /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Понятие и основные решения, принимаемые в области продуктовой политики предприятия /Ср/	2	1	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Понятие и свойства товара, товарный знак, марка, марочное название и их сущность /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Понятие и свойства товара, товарный знак, марка, марочное название и их сущность /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Понятие и свойства товара, товарный знак, марка, марочное название и их сущность /Ср/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
<b>Раздел 2. 2. Сущность концепции жизненного цикла продукта</b>						
Тема 2.1. Основные стадии жизненного цикла продукта и их характеристики /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Основные стадии жизненного цикла продукта и их характеристики /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1	0	

				Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3		
Тема 2.1. Основные стадии жизненного цикла продукта и их характеристики /Ср/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Роль ЖЦП в формировании продуктовой политики предприятия /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Роль ЖЦП в формировании продуктовой политики предприятия /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Роль ЖЦП в формировании продуктовой политики предприятия /Ср/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Особенности и процесс управления ЖЦП с использованием маркетинговых средств. /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Особенности и процесс управления ЖЦП с использованием маркетинговых средств. /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Особенности и процесс управления ЖЦП с использованием маркетинговых средств. /Ср/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
<b>Раздел 3. 3. Планирование и процесс разработки продукта</b>						



Тема 3.1. Особенности планирования продукта. Виды информации для планирования продукта, методы ее получения /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Особенности планирования продукта. Виды информации для планирования продукта, методы ее получения /Ср/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Особенности планирования продукта. Виды информации для планирования продукта, методы ее получения /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Технология создания нового продукта /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Технология создания нового продукта /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Технология создания нового продукта /Ср/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Лек/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Сем зан/	2	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Ср/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1	0	

				Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3		
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Конс/	2	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>1 В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>2 В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ).</p> <p>Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных исследований, справочных материалов, научных статей, нормативно-законодательной базы и т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.</p> <p>При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др.</p> <p>В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.</p> <p>3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, презентации, эмпирического исследования.</p>
--

### РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	О. О. Савченкова	Управление жизненным циклом продукта: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (91 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2021
Л1.2	Н. В. Агаркова, В. Е. Малиненко	Маркетинг : учебно-методическое пособие (323 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2017
Л1.3	Котлер Ф.	Основы маркетинга (736 с.)	М. : Прогресс, 1991
Л1.4	Котлер Филип	Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль (896 с.)	СПб : Питер, 1999
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1		Маркетинг в отраслях и сферах деятельности :	Москва : ИНФРА-М, 2014

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	Н. А. Нагапетьянца	учебное пособие (282 с.)	
Л2.2	Жданова, Т. С., Корионова, В. О.	Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО (98 с.)	Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л2.3	Кен, Швабер	Скрам: гибкое управление продуктом и бизнесом (240 с.)	Москва : Альпина Паблицер, 2020

### 3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	О. О. Савченкова	Управление жизненным циклом продукта: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг», «Логистика») очной / заочной форм обучения (47 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020
Л3.2	О. О. Савченкова	Управление жизненным циклом продукта: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг», «Логистика») очной / заочной форм обучения (22 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020

### 4.2. Перечень ресурсов

#### информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Экономика и менеджмент систем управления»	<a href="http://www.sbook.ru/emsu/">http://www.sbook.ru/emsu/</a>
Э2	Журнал «Актуальные вопросы экономических наук».	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
Э3	Журнал «Казанская наука». Методика управления финансами по стадиям жизненного цикла продукта	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>

### 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;
- электронные презентации;
- электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися;
- дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle;
- Яндекс.Телемост используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы ДОНАУИГС.

Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.

### 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС "Лань"), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

### 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория №406 учебный корпус № 2. – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №406 учебный корпус №2.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная

доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Сfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

## **РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **5.1. Контрольные вопросы и задания**

Вопросы к зачету

1. Понятие и сущность концепции жизненного цикла товара.
2. Виды кривых ЖЦП.
3. Стадии ЖЦП.
4. Основные подходы к ЖЦП.
5. Понятие продукта и товара. Виды товаров.
6. Товарная политика, ее элементы.
7. Понятие и методы анализа ассортимента.
8. Основные решения, принимаемые в сфере ассортиментной политики предприятия.
9. Сущность товарного знака и требования, предъявляемые к нему.
10. Роль упаковки в рыночном успехе товара.
11. Источники идей новой продукции и методы их оценки.
12. Маркетинговые исследования продукта.
13. Понятие инноваций и инновационная политика предприятия.
14. Товары рыночной новизны.
15. Способы продления ЖЦП.
16. Сущность и особенности управления ЖЦП.
17. Роль маркетинга в регулировании ЖЦП.
18. Этапы разработки нового товара.
19. Пробный маркетинг.
20. Маркетинговые исследования запросов покупателей.
21. Формирование спроса на новый продукт.
22. Использование средств продвижения на стадиях ЖЦП.
23. Регулирование ценовой политики на стадиях ЖЦП.
24. Конкурентоспособность товара и ее зависимость от стадий ЖЦ.
25. Позиционирование товара.
26. Брендинг.
27. Инструменты и технологии продукт-менеджмента.
28. Связь концепции ЖЦП с матрицей БКГ.
29. Параметры конкурентоспособности товара.
30. Основные продуктовые стратегии.

### **5.2. Темы письменных работ**

Примерные темы рефератов/докладов по дисциплине

1. Исследование факторов успеха и неудач новых товаров.
2. Содержание бизнес-плана по созданию нового продукта и роль маркетинга в его разработке.
3. Выбор методов проведения маркетинговых исследований для создания нового продукта.

4. Понятие, особенности и структура потребительского рынка, его влияние на ассортиментную стратегию фирмы.
5. Выбор целевого сегмента рынка для решения сбытовых проблем фирмы.
6. Основные критерии и стратегии сегментации.
7. Разработка цепи стратегических решений компании в управлении ЖЦП.
8. Разработка стратегии маркетинга компании.
9. Разработка продуктовой политики компании, реализующей концепцию социально-этичного маркетинга.
10. Анализ рыночных возможностей компании по созданию нового продукта.
11. Исследование показателей конкурентоспособности товара.
12. Исследование показателей конкурентоспособности товара.
13. Управление жизненным циклом продукта средствами маркетинга.
14. Товарная политика фирмы: виды и особенности.
15. Значение дизайна для рыночного успеха товара.
16. Роль маркетинга в планировании нового продукта.
17. Основные функции упаковки и ее роль в рыночном успехе товара.
18. Разработка товарной марки и фирменного стиля компании.
19. Разработка системы ценообразования для товаров (услуг) компании.
20. Сущность и способы позиционирования товара на рынке.
21. Понятие, особенности и разработка комплекса маркетинга для промышленного предприятия.
22. Разработка рекламной компании для товара (услуги) предприятия.
23. Пути повышения эффективности рекламной компании.
24. Выбор средства передачи рекламного сообщения на стадиях ЖЦ.
25. Стимулирование сбыта как важное средство успешного продвижения продукции на рынок.
26. Основное содержание и проблемы маркетинговой деятельности в сфере услуг (на примере банков, страховых компаний, торговых предприятий; предприятий бытового обслуживания и т.д.).
27. Особенности и виды международных маркетинговых исследований.
28. Экспортная политика предприятий и ее маркетинговое обеспечение.
29. Особенности управления ЖЦП в международных фирмах.
30. Мотивационный анализ и его использование в маркетинге.
31. Разработка системы управления маркетинговой деятельностью компании.
32. Разработка маркетинговой информационной системы предприятия.
33. Особенности маркетинга при различных состояниях спроса.
34. Социальные последствия "недобросовестного" маркетинга и пути их преодоления.
35. Использование интернет-технологий в маркетинге.
36. Исследование этапов процесса принятия потребителем решения о покупке.
37. Разработка стратегии маркетинга в организации.
38. Разработка и управление брендом.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

## РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-

двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.01.01 «Управление жизненным циклом продукта»**

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент**

**Профиль «Маркетинг»**

**Разработчики: Берко А.К., канд. экон. наук, доцент**

**Кафедра маркетинга и логистики**

Представленная на рецензию рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Управление жизненным циклом продукта» разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (квалификация «академический бакалавр», «прикладной бакалавр») (утвержден приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №859 от 24.08.2016 г.) и Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.).

Рабочая программа дисциплины содержит требования к уровню подготовки бакалавров по приобретению теоретических знаний и практических навыков, которые предъявляются к обучающимся данного направления подготовки в ходе изучения учебной дисциплины.

В рабочей программе сформулированы цели и задачи освоения дисциплины.

В разделе «Место дисциплины в структуре образовательной программы» указаны требования к предварительной подготовке обучающихся, а также последующие дисциплины, для которых изучение данной будет необходимым.

В рабочей программе прописаны компетенции обучающегося (ПК-4), формируемые в результате освоения дисциплины.

Раздел «Структура и содержание дисциплины» содержит тематическое и почасовое распределение изучаемого материала по видам занятий, а также часы на самостоятельную работу.

В разделе «Фонд оценочных средств» указаны оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося (фонд оценочных средств представлен отдельным элементом УМКД).

Компетенции по курсу, указанные в рабочей программе, полностью соответствуют учебному плану и матрице компетенций.

В рабочей программе дисциплины представлен также перечень материально-технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Рабочая программа дисциплины имеет логически завершённую структуру, включает в себя все необходимые и приобретаемые в процессе изучения навыки и умения.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено в программе перечнем основной и дополнительной литературы, методических материалов, библиотечно-информационных ресурсов, что является достаточным для успешного владения дисциплиной.

Таким образом, рабочая программа дисциплины «Управление жизненным циклом продукта» соответствует всем требованиям к реализации программы и может быть рекомендована к использованию.

Рецензент:  
доцент, канд. экон. наук, доцент



Р.П.Лизогуб