

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«Управление жизненным циклом наукоемкого продукта»**

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры)

Направленность (профиль): Технологическое предпринимательство

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ПК-12.1: Способен проводить сбор информации и ее последующий бизнес-анализ с целью выявления необходимости изменений в бизнес-процессах;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Управление жизненным циклом наукоемкого продукта» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очно - заочная. Семестр 2.

1. Тенденции на высокотехнологичных рынках. Сокращение жизненного цикла продукции как тенденция. Жизненный цикл продукции. Стадии жизненного цикла продукции: разработка, вывод на рынок, рост, зрелость, упадок, вывод с рынка. Распределение затрат и доходов по стадиям жизненного цикла продукции. Задачи управления продуктом на каждой из стадий жизненного цикла. Оценка возможности реорганизации или разработки бизнес-моделей инновационных продуктов. .

2. Бизнес-процесс NPI – участники, процедура, KPI процесса, взаимодействие процесса NPI со стратегическим, тактическим и оперативным планированием деятельности предприятия. Взаимодействие NPI с маркетинговым, финансовым и операционным планированием.. .

3. Виды конкурентных стратегий: Low-cost provider, Broad differentiation, Best-cost provider, Focused differentiation, Focused low-cost. Ценность продукта для потребителя. Свойства конкурентных стратегий. Критерии выбора конкурентной стратегии.. .

4. Понятия корпоративной стратегии, бизнес-стратегии и функциональных стратегий. Состав вопросов, относящихся к ведению корпоративной стратегии, бизнес-стратегии и функциональных стратегий. Виды функциональных стратегий.. .

5. Взаимосвязи планирования операционной деятельности с планированием маркетинговой деятельности, финансовым планированием и планированием НИОКР на стратегическом уровне. Понятие операционных ресурсов и операционных процессов. Виды операционных ресурсов. Понятие операционных возможностей (компетенций). Понятие ключевых операционных возможностей (компетенций). Понятия элементов операционной стратегии: мощности, сети поставок, технологии производства и управления, развитие компетенций и организационные структуры.. .

6. Понятие и структура матрицы операционной стратегии. Подход к её формированию, способ её использования. Факторы качества продукции/услуг. Факторы скорости процессов. Факторы гибкости. Фактор уровня обслуживания (надёжности). Фактор издержек. Ранжирование факторов конкурентоспособности: order winners, order qualifiers, delights, order losers.. .

7. Использование результатов анализа факторов конкурентоспособности при принятии стратегических решений. Управление мощностями: конфигурирование мощностей (уровень, тип и местоположение мощностей), решения по развитию мощностей (момент времени и масштаб изменения мощностей).. .

8. Состав факторов, влияющих на выбор уровня и местоположения мощностей. Использование экономико-математических методов при решении задачи определения уровня и местоположения мощностей. «Опережающая» и «догоняющая» стратегии изменения уровня мощности, их преимущества и недостатки.

Компромиссная стратегия сглаживания при помощи запасов – её сущность, достоинства и недостатки. Масштаб изменения мощности: риски и выгоды, связанные с выбором

масштаба изменения мощности.. .

Разработал:
доцент
кафедры М

Н.Н. Горлова

Проверил:
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева