

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/237979>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Стандартизация и нормирование

Оглавление

Введение 4

1. Понятие и структура жизненного цикла продукции 5

2. Метрологическое обеспечение производства 7

3. Метрологическое обеспечение технологической подготовки производства 9

3.1 Разработка контрольно-измерительного устройства 9

3.2. Метрологическая экспертиза изготовления изделия 13

Параметры точности изготовления сегмента. 15

4. Метрологическая экспертиза процесса изготовления изделий 16

Параметры точности изготовления цилиндрической поверхности. 17

5. Метрологическая экспертиза технического задания 19

6. Организация метрологической лаборатории 21

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 35

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 46

Список использованных источников 48

1. Понятие и структура жизненного цикла продукции

Жизненный цикл продукта (ЖЦП) — это последовательность этапов, через которые проходит каждый выпущенный товар с момента своего появления на рынке до момента ухода с рынка (в случае прекращения его производства или реализации). Проще говоря, жизненный цикл представляет собой период существования товара и его наличия в продаже.

Жизненный цикл продукта активно используется в маркетинге для выстраивания рекламной стратегии, так как каждый этап ЖЦП имеет свои отличительные особенности, которые можно задействовать для продвижения. Каждый этап также имеет свои конкретные цели и задачи.

Продолжительность цикла может составлять как несколько дней, так и несколько десятилетий. Как правило, эта продолжительность зависит от:

- отрасли, в которой был выпущен продукт;
- экономики страны (включая тренды и уровень инфляции);
- специфики рынка;
- специфики самого продукта.

Например, жизненный цикл медицинских препаратов составляет много лет, а вот определенной модели телефона — 2–3 года. Продукты же из разряда «сенсации» и вовсе могут жить всего пару недель.

Теория жизненного цикла продукта

Теория жизненного цикла продукта впервые была предложена в 1966 году американским экономистом Раймондом Верноном. Исследователь пытался выявить модель, по которой происходит развитие всей мировой торговли. Для этого он опирался на жизненный цикл всех живых организмов. Согласно теории Вернона, на ранних этапах жизненного цикла вся работа по продукту сосредоточена в том сегменте рынка, в котором он был запущен. Однако с течением времени продукт все дальше отдалется от этого сегмента и выходит за его пределы. Конечный выход — выход на международный рынок и импорт.

Концепция жизненного цикла продукта

Концепция жизненного цикла продукта в традиционном представлении была разработана американским экономистом Теодором Левиттом в 1965 году. Согласно его концепции, замена одного товара на другой, более модифицированный и отвечающий новым потребностям общества, всегда неизбежна. Так замену старого на новое и иллюстрирует концепция жизненного цикла. Основной тезис теории заключается в том, что любой продукт, каким бы популярным он ни был, однажды уйдет с рынка.

Современному рынку свойственна динамичность и растущее разнообразие выпускаемой продукции, а также регулярное появление новых материалов и способов производства. В этих условиях модель

жизненного цикла продукта применяется для «продления молодости» товара посредством своевременного внедрения новых технологий в производство и следования трендам. Так, если товар непрерывно меняется, жизненный цикл удлиняется.

Стадии жизненного цикла продукта

Из каких этапов состоит цикл? Всего насчитывают четыре стадии традиционного цикла: внедрение, рост, зрелость и спад. Как правило, каждый продукт проходит все этапы жизненного цикла продукта, что иллюстрирует график:

Стадия 1. Внедрение

На этой стадии жизненного цикла продукта происходит вывод товара на рынок.

Стадия 2. Рост

Продукт начинает укрепляться на рынке и уже привлечь достаточное внимание аудитории, чтобы расти дальше.

Стадия 3. Зрелость

Продукт занял устойчивую позицию на рынке и обзавелся постоянной аудиторией.

Стадия 4. Спад

На этой стадии те, кому нужен был продукт, уже купили его. Компания начинает сдавать позиции и уступать тем компаниям, что находятся на стадии внедрения или роста.

Как правило, за стадией спада следует смерть: компании закрываются и уходят с рынка.

Список использованных источников

1. РД-19.100.00-КТН-036-13
2. Акустические методы контроля: Практ. пособие / Ермолов И.И., Алешин И.П., Потапов А.И.; под. ред. Сухорукова. - М.: Высш. шк., 1991. - 283 с.
3. В.Г. Щербинский, Н.П. Алешин Ультразвуковой контроль сварных соединений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Стройиздат, 1989. - 320 с.
4. Неразрушающий контроль рельсов при их эксплуатации и ремонте. / Под ред. А.К. Гурвича. - М.: Транспорт, 1982. - 318 с.
5. А.А. Марков, Д.А. Шпагин. Ультразвуковая дефектоскопия рельсов. СПб.: «Образование - культура», 1998. - 224 с.
6. Неразрушающий контроль и диагностика: Справочник/В.В. Клюев, Ф.Р. Соснин, В.Н. Филинов и др. Под. ред. В.В. Клюева. М.: Машиностроение, 1995.
7. ГОСТ 17410-78 Контроль неразрушающий. Трубы металлические бесшовные цилиндрические. Методы ультразвуковой дефектоскопии (с Изменениями N 1, 2).
8. Настроечные образцы (меры) с плоскодонными отверстиями <https://ntcexpert.ru/uc/standartnye-obrazcy-sop/1401-nastroechny-obrazec-otverstie>
9. Настроечные образцы <https://defektoskopist.ru/page.php?p=ultrazvukovaya-defektoskopiya/nastroechnye-obraztsy>
10. ГОСТР 50.05.14— 2019 Система оценки соответствия в области использования атомной энергии СРЕДСТВА УЛЬТРАЗВУКОВОГО КОНТРОЛЯ ОСНОВНЫХ МАТЕРИАЛОВ, СВАРНЫХ СОЕДИНЕНИЙ И НАПЛАВЛЕННЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ ОБОРУДОВАНИЯ И ТРУБОПРОВОДОВ АТОМНЫХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ УСТАНОВОК

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/237979>