

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

Лейфа А.В. Лейфа

10 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«МАРКЕТИНГ МИНЕРАЛЬНОГО СЫРЬЯ»

Специальность 21.05.02 Прикладная геология

Специализация образовательной программы – Геологическая съемка, поиски и разведка месторождений твердых полезных ископаемых

Квалификация выпускника – Горный инженер - геолог

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 3 Семестр 6

Экзамен 6 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108.0 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель С.М. Авраменко, ученое звание отсутствует, ученая степень отсутствует

Институт компьютерных и инженерных наук

Кафедра геологии и природопользования

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для специальности 21.05.02 Прикладная геология, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.20 № 953

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры геологии и природопользования

01.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Юсупов Д.В. Юсупов

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

10 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

10 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Юсупов Д.В. Юсупов

10 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

10 апреля 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

Формирование теоретических знаний и практических знаний и практических умений в области маркетинговой деятельности горнорудных предприятий .

Задачи дисциплины:

- изучение основ теории и практики маркетинга
- изучение особенностей промышленного маркетинга
- изучение специфики маркетинга минерального сырья как науки
- формирование навыков комплексного анализа рынка, сегментирование рынка разработки составляющих комплекса маркетинга

2. МЕСТО УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина " Маркетинг минерального сырья " относится к Б1. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Элективные дисциплины Б1.В.ЭД.1

Дисциплина связана предшествующими меж предметными связями с рядом. Общих гуманитарных и социально- экономических дисциплин. – Экономическая теория, социология, рядом общепрофессиональных дисциплин. производства Социально психологические аспекты организационно- управленческой деятельности. Организация планирования производства. Знание этих дисциплин необходимо для более детального понимания сущности основных направлений маркетинговой деятельности предприятий минерально- сырьевого комплекса, общей ориентации деятельности таких предприятий на условия рынка.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-2	Способностью осуществлять геолого-экономическую оценку объектов изучения

4. СТРУКТУРА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Общая трудоемкость учебного предмета составляет 3.00 зачетных единицы, 108.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) учебного предмета, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4							5	6	7	
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7				4.8
1	Сущность маркетинга и основные категории	6	4		4							6	Выборочный тест
2	Маркетинговая среда фирмы и информационное обеспечение маркетинговой деятельности	6	2		4							6	Текст
3	Рынок минерального сырья	6	2		6							6	Тест ИДЗ
4	Комплекс маркетинга	6	2		6							6	Тест ИДЗ
5	Особенности Промышленного маркетинга	6	2		4							7	Выборочный опрос
6	Особенности маркетинга минерального сырья	6	2		4							8	ИДЗ
7	Экзамен	6									0.3	26.7	
	Итого			14.0		28.0		0.0	0.0	0.0	0.3	26.7	39.0

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Сущность маркетинга и основные категории	Базовые категории маркетинга: потребности, запросы, товар, обмен и рынок. Сущность маркетинга. Классические и современные определения маркетинга. Цели, функции, принципы, элементы и роль маркетинга. Маркетинг минерального сырья как наука
2	Маркетинговая среда фирмы и информационное обеспечение маркетинговой деятельности	Окружающая среда фирмы. Контролируемые и не контролируемые и не контролируемые факторы. Микросреда функционирования фирмы: внутренняя среда фирмы, поставщики, посредники, контактные аудитории. Факторы макросреды: демографические, экономические, природные.
3	Рынок минерального	Рынок как и окружающая среда фирмы. Спрос и

	сырья	предложение на рынке минерального сырья. Рыночные
4	Комплекс маркетинга	Понятие «комплекс маркетинга». Товар, виды потребительских и промышленных товаров. Характеристики товара Разработка Реализация товара: каналы распределения, Установление цен на товары: задачи выбор метода ценообразования, реакция фирмы на изменение цен конкурентов.
5	Особенности Промышленного маркетинга	Сущность, концепции и отличительные особенности промышленного маркетинга Структура промышленного рынка. Маркетинговая среда промышленных предприятий Поведение организаций – потребителей на промышленном рынке. Процесс закупок на промышленном рынке. Особенности комплекса маркетинга промышленного предприятия. Разработка стратегии маркетинга промышленного предприятия. управление маркетинговой деятельностью промышленной предприятий
6	Особенности маркетинга минерального сырья	Роль и типы маркетинговой информационная система (МИС) Источники информации. Маркетинговые исследования и Схема анализа данных.

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Развитие концепций маркетинга	Содержание (характеристика) основных концепций маркетинга: совершенствования производства товара, собственно маркетинга, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, собственно маркетинга партнерских отношений, маркетинга ориентированного на стоимость эволюция ориентированного на стоимость. Эволюция концепций Этапы развития маркетинга в России.
Маркетинговая среда фирмы	Изучение основных этапов анализа макросреды конкретной фирмы. Работа в минигруппах с кейсом « Анализ маркетинговой среды» по методикам SWOT- анализа, STEP- анализа и анализа « пяти сил » Майкла Портера
Маркетинговые исследования	Работа с кейсом в минигруппах: постановка управленческой и маркетинговой проблемы постановка целей и задач маркетингового исследования (вид маркетингового исследования, способ сбора информации
Исследование анализ и рынка	Современные трактовки понятия «Рынок». Рынок как экономическая основа маркетинга. Классификация рынков. Анализ рыночной конъюнктуры Определение емкости и доли рынка.

	Анализ конкурентной борьбы на рынке.
Обзор международного и российского рынка.	Конъюнктура международного и российского рынков минерального сырья; цены, объемы основные игроки(доли рынка) , Студенты на выбор представляют на обсуждение доклад с обзором рынка 1-2 видов минерального сырья
Разработка комплекса маркетинга	Решение ситуационных задач по принятию решений в области разработки и выведения товара на рынок, ценообразования сбытовой политики и комплекса маркетинговой коммуникаций.
Планирование и контроль в маркетинга	Сущность маркетингового планирования. Стратегия маркетинга промышленного предприятия . Уровни разработки маркетинговой стратегии Корпоративные стратегии маркетинга, портфельные, роста, конкурентные функциональные инструментальные маркетинговые стратегии . Этапы разработки маркетинговой стратегии Бюджет маркетинга промышленного предприятия. Маркетинговой контроль на промышленном предприятии
Международный маркетинг промышленных предприятий	Сущность международного маркетинга. Глобализация экономики и стратегии международного развития Особенности сегментации. Стратегии выхода на зарубежные рынки. Принципы и критерии, выбор целевых сегментов. Особенности сегментирования рынков предприятий. Сегментирования рынка минерального сырья. Позиционирования товара.
Методы маркетинга минерального сырья Сегментация и позиционирование товара	Маркетинговый анализ в отрасли. Анализ методов определения потребности в минерального сырьевой продукции. Метод анализа контрактов. Сегментирование рынка: принципы и критерии, выбор целевых сегментов. Особенности сегментирования рынков предприятий. Сегментирование рынка минерального сырья Позиционирование товара.
Особенности рынков минерального сырья Амурской области и маркетинговой деятельностью предприятий минерального сырьевого комплекса	Студенты представляют на обсуждение самостоятельно составленные кейсы по рынкам 1-2 видов минерального сырья Амурской области. Представленный кейс должен содержать обязательные компоненты: Тенденции развития Рынка выбранного сырья, факторы развития рынка, сравнение с общероссийскими тенденциями развития, влияние и приграничного положения области на развитие рынка. Кроме этого, кейс может содержать анализ

	конъюнктуры рынка , прогноз и др. Кейс может быть составлен на основе анализа маркетинговой деятельности конкретного предприятия минерального комплекса.
--	--

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Сущность маркетинга и основные категории	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоретических вопросов дисциплины): подготовка реферата	6
2	Маркетинговая среда фирмы и информационное обеспечение маркетинговой деятельности	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоретических вопросов дисциплины)	6
3	Рынок минерального сырья	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоретических вопросов дисциплины): выполнение индивидуального задания для самостоятельной переработки	6
4	Комплекс маркетинга	Изучение теоретических вопросов дисциплины: выполнение конспекта статей из периодических изданий (10 статей из предложенного списка)	6
5	Особенности Промышленного маркетинга	Конспектирование тем по вопросам семинаров(изучение теоретических вопросов дисциплины)	7
6	Особенности маркетинга минерального сырья	Конспектирование тем по вопросам семинаров(изучение теоретических вопросов дисциплины выполнение индивидуального домашнего задания: выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами.	8

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций при освоении дисциплины «Маркетинг минерального сырья» используются классические методы и технологии активизации познавательной деятельности студентов.

Освоение дисциплины предусматривает использование комплекса современных образовательных технологий для организации учебного процесса. В первую очередь широко применяются традиционные технологии:

- теоретический материал и его практическое закрепление реализуется с помощью лекций, практических и лабораторных занятий;
- контроль знаний осуществляется с помощью тестов, индивидуальных домашних заданий, проверочных работ, защиты лабораторных работ, различных форм внеаудиторной самостоятельной работы;

· для реализации компетентного подхода используются технические средства обучения, в том числе компьютерные технологии: видеофильмы, компьютерное тестирование, лекции-визуализации.

По программе курса разработаны лекции-презентации (10 академических часов). Помимо чтения лекций, которые составляют 33% аудиторных занятий, широко используются активные и интерактивные формы (разбор конкретных ситуаций, обсуждение отдельных разделов дисциплины, выступления с презентациями, защита рефератов, сдача номенклатуры), которые составляют 67% аудиторных занятий.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, а также материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков отражены в фонде оценочных средств по дисциплине «Маркетинг минерального сырья».

8.1. Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. Сущность маркетинга и базовые категории
2. Классификации и современные определения маркетинга
3. Цели и функции маркетинга
4. Принципы, элементы и роль маркетинга
5. Маркетинг минерального сырья и их наука
6. Окружающая среда фирмы. Методы анализа среды.
7. Основные концепции маркетинга и их эволюция
8. Микросреда функционирования фирмы
9. Факторы микросреды
10. Роль и типы маркетинговой информации
11. Маркетинговая информационная система
12. Источники маркетинговой информации
13. Маркетинговые исследования и принятие решения
14. Процесс маркетингового исследования
15. Методы сбора данных
16. Рынок как экономическая основа маркетинга и классификация рынка
17. Анализ рыночной конъюнктуры
18. Определение емкости и доли рынка
19. анализ конкурентной борьбы на рынке
20. спрос и предложение на рынке минерального сырья
21. Рыночные цены на минерально- сырьевые товары
22. Долговременные тенденции в потреблении минерального сырья
23. экономические циклы и динамика добычи, потребления и цен на минеральное сырье.
24. Неравномерность распределения месторождений и различия в производственных месторождений и различия производственных затратах.
25. Специфики горных предприятий
26. Понятие комплекс маркетинга
27. Товар, виды потребительские и промышленных товаров
28. Характеристика товара
29. Качество минерального сырья
30. Жизненный цикл товара
31. Разработка товара
32. Каналы распределения, оптовая и розничная торговля, сбытовая политика
33. Методы ценообразования и реакция фирмы на изменение цен конкурентов
34. Маркетинговые коммуникации
35. Маркетинговой анализ в отрасли

36. Анализ методов определения потребностей в минерально- сырьевой продукции
37. Метод анализа контрактов
38. Сегментирование рынка позиционирования товара
39. Особенности сегментирования рынков предприятий
40. Сегментирования рынка минерального сырья
41. Сущность концепции и отличительные особенности промышленного сырья
42. Структура промышленного рынка
43. Маркетинговая среда промышленных предприятий
44. поведение организаций- потребителей на промышленном рынке
45. Процесс закупок на промышленном рынке
46. Особенности комплекса маркетинга промышленного типа
47. Управление маркетинговой деятельностью промышленных предприятий
48. Сущность маркетингового планирования
49. Стратегия маркетинга и этапы ее разработки
50. Уровни разработки маркетинговой стратегии
51. корпоративные стратегии
52. Функциональные и инструментальные маркетинговые стратегии
53. Бюджет маркетинга.
54. Маркетинговый контроль
55. Сущность международного маркетинга
56. Глобализация экономики и стратегии международного развития
57. Маркетинговое исследования на мировых рынках
58. Стратегии выхода на зарубежные рынки
59. Деятельность транснациональных корпораций
60. Особенности комплекса международного маркетинга

9. УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

а) литература

Литература:

1. Краснов, Е. В. Основы природопользования : учебное пособие / Е. В. Краснов, А. Ю. Романчук. — Калининград : Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009. — 190 с. — ISBN 978-5-88874-980-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/23924.html> (дата обращения: 04.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Притужалова, О. А. Экологический менеджмент и аудит : учебное пособие для вузов / О. А. Притужалова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15453-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541090> (дата обращения: 04.04.2024).
3. Коротный, Л. М. Основы природопользования : учебное пособие для вузов / Л. М. Коротный, Е. В. Потапова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18009-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534132> (дата обращения: 04.04.2024).
4. Основы природопользования и энергоресурсосбережения : учебное пособие / В. В. Денисов, И. А. Денисова, Т. И. Дровозова, А. П. Москаленко ; под редакцией В. В. Денисова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 408 с. — ISBN 978-5-8114-3962-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/206198> (дата обращения: 04.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Гамм, Т. А. Экологический менеджмент и аудит : учебное пособие / Т. А. Гамм, С. В. Шабанова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ,

2016. — 102 с. — ISBN 978-5-7410-1598-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/69971.html> (дата обращения: 04.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Google Chrome	Бесплатное распространение по лицензии google chromium http://code.google.com/intl/ru/chromium/terms.html на условиях https://www.google.com/chrome/browser/privacy/eula_text.html .
2	Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru/	Электронно-библиотечная система IPRbooks — научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования
3	http://e.lanbook.com	Электронная библиотечная система «Издательства «Лань», тематические пакеты: математика, физика, инженерно-технические науки.
4	Электронная библиотечная система «Юрайт» https://urait.ru/	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется но-винками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Занятия по дисциплине «Маркетинг минерального сырья» проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Все помещения, в которых проводятся занятия, соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам и электронной информационно-образовательной среде университета.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

В соответствии с учебным планом для заочной формы обучения предусмотрено

Экзамен	6 сем,	9.0 акад. часа
Лекции	6.0	(акад. часа)
Практические занятия	6.0	(акад. часа)
Лабораторные работы	0.0	(акад. часа)
ИКР	0.0	(акад. часа)
Самостоятельная работа	87.0	(акад. часа)

Общая трудоемкость учебного предмета составляет 108.0 (акад. часа), 3.00 (з.е.)

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Тема (раздел) учебного предмета, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	С е м е с т р	Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)						Контроль (в академических часах)	Самостоятельная работа (в академических часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	ЛР	ИКР	КТО	КЭ			
1	Сущность маркетинга и основные категории	6	1	1						14	Выборочный тест
2	Маркетинговая среда фирмы и информационное обеспечение маркетинговой деятельности	6	1	1						13	Текст
3	Рынок минерального сырья	6	1	1						14	Тест ИДЗ
4	Комплекс маркетинга	6	1	1						14	Тест ИДЗ
5	Особенности Промышленного маркетинга	6	1	1						16	Выборочный опрос
6	Особенности маркетинга минерального сырья	6	1	1						16	ИДЗ
7	Экзамен	6						0.3	8.7		
Итого			6.0	6.0	0.0	0.0	0.0	0.3	8.7	87.0	

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Сущность маркетинга и основные категории	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоретических вопросов дисциплины): подготовка рефер	14

		ата	
2	Маркетинговая среда фирмы и информационное обеспечение маркетинговой деятельности	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоретических вопросов дисциплины)	13
3	Рынок минерального сырья	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоретических вопросов дисциплины): выполнение индивидуального задания для самостоятельной переработки	14
4	Комплекс маркетинга	Изучение теоретических вопросов дисциплины: выполнение конспекта статей из периодических изданий (10 статей из предложенного списка)	14
5	Особенности Промышленного маркетинга	Конспектирование тем по вопросам семинаров(изучение теоретических вопросов дисциплины)	16
6	Особенности маркетинга минерального сырья	Конспектирование тем по вопросам семинаров(изучение теоретических вопросов дисциплины выполнение индивидуального домашнего задания: выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами.	16