

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.В. Савина

« 04 »

2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине «Маркетинг минерального сырья»

Специальность 21.05.02 Прикладная геология

Специализация №1 образовательной программы «Геологическая съемка, поиски и разведка месторождений твердых полезных ископаемых»

Квалификация выпускника горный инженер – геолог

Год набора 2019

Форма обучения очная

Курс 2 Семестр 4

Экзамен 4 семестр 36 (акад. час.)

Лекции 14 (акад. час.)

Практические работы 28 (акад. час.)

Самостоятельная работа 39 (акад. час.)

Общая трудоемкость дисциплины 108 (акад. час.), 3 (з.е.)

Составитель: В.П. Федун, ст. преподаватель

Факультет Инженерно-физический

Кафедра Геологии и природопользования

2019 г.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 21.05.02 Прикладная геология

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Геологии и природопользования
«02» 09 2019 г., протокол № 1

И.о. заведующей кафедрой *Юсупов* Юсупов Д.В.

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методического совета по специальности 21.05.02 Прикладная геология
(наименование специальности/направления)

«02» 09 2019 г., протокол № 1

Председатель *Юсупов* Юсупов Д.В.
(подпись, И.О.Ф.)

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебно-методического
управления

Чалкина Чалкина Н.А.
(подпись, И.О.Ф.)

«02» 09 2019 г.

СОГЛАСОВАНО

И.о. заведующей кафедрой

Юсупов Юсупов Д.В.
(подпись, И.О.Ф.)

«02» 09 2019 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор научной библиотеки

Проказина Проказина Л.А.
(подпись, И.О.Ф.)

«02» 09 2019 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью 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 ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина " Маркетинг минерального сырья " относится к факультативам .

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.

Междисциплинарными связями дисциплина связана с курсом «Экономика и менеджмента горного производства».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общеобразовательные компетенции:

- способностью проводить геологические наблюдения и осуществлять их документацию на объекте изучения (ПК-3);
- способностью осуществлять геологический контроль качества всех видов работ геологического содержания на разных стадиях изучения конкретных объектов (ПК-6);
- способностью прогнозировать на основе анализа геологической ситуации вероятный промышленный тип полезного ископаемого, формулировать благоприятные критерии его нахождения и выделять перспективные площади для постановки дальнейших работ (ПСК- 1.1).

В результате освоения обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать: содержание основных понятий маркетинга; отличительные особенности промышленного маркетинга; специфику маркетинга минерального сырья, приемов и методов маркетинга минерального сырья.

2) Уметь: применять на практике методы разработки элементов комплекса маркетинга; осуществлять комплексный анализ рынка на разных уровнях; применять специфические методы маркетинга минерального сырья; делать выводы и предложения для принятия маркетинговых решений.

3) Владеть: инструментами анализа маркетинговой среды предприятий минерально- сырьевого комплекса; методами и приемами принятия решений в области формировании ассортимента политики ценообразования, построения системы распределения и разработки комплекса по продвижению продукции горнорудных предприятий; методикой проведения сегментирования рынка минерального сырья и проведения позиционирования предприятия.

4. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы (разделы) дисциплины	Компетенции		
	ПК-3	ПК-6	ПСК-1.1
Сущность маркетинга	+	+	+
1	2	3	4

и основные категории			
Маркетинговая среда фирмы и информационное обеспечение маркетинговой деятельности	+	+	+
Рынок минерального сырья	+	+	+
Комплекс маркетинга	+	+	+
Промышленный маркетинг	+	+	+
Особенности маркетинга минерального сырья	+	+	+

5. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 академических часов.

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды контактной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лек-ции	Практ. работа	Сам. раб.	
1	Сущность маркетинга и основные категории	10	1-2	4	4	6	Выборочный тест
2	Маркетинговая среда фирмы и информационное обеспечение маркетинговой деятельности		2-5	2	4	6	Тест
3	Рынок минерального сырья		6-9	2	6	6	Тест ИДЗ
4	Комплекс маркетинга		10-13	2	6	6	Тест ИДЗ
5	Особенности Промышленного маркетинга		14-15	2	4	7	Выборочный опрос
6	Особенности маркетинга минерального сырья		16-17	2	4	8	ИДЗ
ИТОГО			17	14	28	39	Экзамен 36 акад. час.

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 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
1	2	3

2	Маркетинговая среда фирмы и ее структура	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, научно-технические, политические и факторы культурного окружения. Методы анализа среды.
3	Рынок минерального сырья	Рынок как и окружающая среда фирмы. Спрос и 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 ценообразная . реакция фирмы на изменение цен конкурентов . маркетинговые коммуникации.
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	Информационные обеспечение маркетинговой деятельности	Роль и типы маркетинговой информационной система (МИС) Источники информации. Маркетинговые исследования и Схема анализа данных.

6.2. Практические занятия.

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	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.
2	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
3	Маркетинговые исследования	Работа с кейсом в минигруппах: постановка управленческой и маркетинговой проблемы постановка целей и задач маркетингового исследования (вид маркетингового исследования, способ сбора информации)
4	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.
5	Обзор	Конъюнктура международного и российского рынков
1	2	3

	международного российского рынков минерального сырья	минерального сырья; цены, объемы основные игроки(доли рынка) , Студенты на выбор представляют на обсуждение доклад с обзором рынка 1-2 видов минерального сырья
6	Разработка комплекса маркетинга	Решение ситуационных задач по принятию решений в области разработки и выведения товара на рынок, ценообразования сбытовой политики и комплекса маркетинговой коммуникаций.
7	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
8	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.
9	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.
10	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.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в академических часах
1	Сущность маркетинга и основные категории	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоритических вопросов дисциплины): подготовка реферата	6
2	Маркетинговая среда фирмы и информационное	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоритических вопросов дисциплины):	6
1	2	3	4

	обеспечение маркетинговой деятельности	выполнение тренировочных упражнений	
3	Рынок минерального сырья	Конспектирование тем по вопросам семинаров (изучение теоритических вопросов дисциплины): выполнение индивидуального задания для самостоятельной переработки	6
4	Комплекс маркетинга	Изучение теоритических вопросов дисциплины: выполнение конспекта статей из периодических изданий (10 статей из предложенного списка)	6
5.	Промышленный маркетинг	Конспектирование тем по вопросам семинаров(изучение теоритических вопросов дисциплины)	7
6	Особенности маркетинга минерального сырья	Конспектирование тем по вопросам семинаров(изучение теоритических вопросов дисциплины выполнение индивидуального домашнего задания: выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами.	8
	ИТОГО		39

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю):

1. Маркетинг минерального сырья [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс дисц. для спец. 130301 / АмГУ, Эк.ф. ; сост. Т. Н. Журавская. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2010. - 98 с. - Б. ц.

http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/787.pdf

2. Маркетинг минерального сырья [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс дисц. для спец. 130301.65 / АмГУ, Эк.ф. ; сост. Т. Н. Журавская. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2012. - 82 с. - Б. ц.

http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/6538.pdf

3. Маркетинг минерального сырья [Электронный ресурс] : метод. указ. для самостоят. работы по дисц. для спец. 130400.65 / АмГУ, Эк.ф. ; сост.: Е. С. Рычкова, Т. Н. Журавская. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2013. - 83 с. - Б. ц.

http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7174.pdf

8. 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 решения различных проблемных вопросов, для подготовки к коллоквиуму, проверочным работам, экзаменам используются собеседования, консультации;
- 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. В сочетании с внеаудиторной работой (выезды на естественные геологические объекты) это способствует формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся, закрепление которых происходит во время учебной геолого-съёмочной практики.

В рамках учебного курса проводятся экскурсии на обнажения, и геологические памятники природы.

№	Вид инновации	Перечень инноваций
1	2	3
1	Методы, применяемые в обучении (активные инновационные)	- Неигровые имитационные методы; - Игровые имитационные методы.
2	Технологии обучения	- Индивидуальные образовательные траектории; - Компетентностно-ориентированное обучение.
3	Информационные технологии	- Интерактивное обучение (моделирующие компьютерные программы, виртуальные учебные комплексы); - Мультимедийное обучение (презентации, электронные УМР, моделирование и симуляция процессов и объектов, мультимедийные курсы); - Сетевые компьютерные технологии (Интернет, локальная сеть, компьютерный класс).
4	Информационные системы	- Электронная библиотека; - Электронные базы учебно-методических ресурсов;
5	Инновационные методы контроля	- Электронный учет и контроль учебных достижений студентов (электронный журнал успеваемости и посещаемости); - Компьютерное тестирование (диагностическое, промежуточное, итоговое); - Анкетирование студентов и преподавателей; - Рейтинг ППС; - Балльно-рейтинговая система оценки знаний студентов.

9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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».

9.1. 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

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Кожиев, Х.Х. Рудничные системы управления качеством минерального сырья [Электронный ресурс] : учебное пособие / Х.Х. Кожиев, Г.Г. Ломоносов. — Электрон. дан. — Москва : Горная книга, 2008. — 292 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/3218>. — Загл. с экрана.

2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебник / Е. И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>

б) дополнительная литература:

1. Моссаковский, Я.В. Экономика горной промышленности [Электронный ресурс] : учебник / Я.В. Моссаковский. — Электрон. дан. — Москва : Горная книга, 2017. — 525 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/111388>. — Загл. с экрана.

2. Ашихмин, А.А. Экономика, организация и управление горными предприятиями цветной металлургии [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Ашихмин. — Электрон. дан. — Москва : Горная книга, 2004. — 46 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/3529>. — Загл. с экрана.

3. Велесевич, В.И. Планирование на горном предприятии [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.И. Велесевич, С.С. Лихтерман, М.А. Ревазов. — Электрон. дан. — Москва : Горная книга, 2005. — 405 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/3525>. — Загл. с экрана.

в) Перечень программного обеспечения

№	Перечень программного обеспечения (обеспеченного лицензией)	Реквизиты подтверждающих документов
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) договору – Сублицензионный договор №Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года
2	Операционная система MS Windows 10 Education	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) договору – Сублицензионный договор №Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года

г) Интернет-ресурсы:

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	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
2	http://e.lanbook.com	Электронная библиотечная система «Издательства «Лань», тематические пакеты: математика, физика, инженерно-технические науки.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания позволяют студентам оптимальным образом организовать процесс изучения дисциплины. Основными формами учебной деятельности являются: лекции, практические и лабораторные занятия, консультации, самостоятельная работа студентов.

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного для изучения дисциплины. Изучение дисциплины университетского курса должно завершиться овладением необходимыми профессиональными знаниями, навыками и умениями. Этот результат может быть достигнут только после значительных усилий, при этом важными окажутся не только старание и способности, но и хорошо продуманная организация труда. В первую очередь это правильная организация времени.

Необходимо своевременно, в самом начале семестра, выяснить, какой объем информации следует усвоить, какие умения приобрести для успешного освоения дисциплины, какие задания выполнить для того, чтобы получить достойную оценку. Сведения об этом (списки учебных пособий, научных трудов, которые следует прочесть и законспектировать, темы практических занятий и вопросы к ним, вопросы к экзамену и другие необходимые материалы) имеются в методическом обеспечении дисциплины.

Лекция – это форма учебного процесса, основанная на передаче преподавателем новых знаний, изложении учебного материала для его целостного усвоения студентами в логической взаимосвязи. Материал для лекции преподаватель подбирает в соответствии с требованиями государственного стандарта образования и рабочей программы по предмету. Могут использоваться так же собственные, авторские разработки. Чаще всего используются лекции в режиме монолога преподавателя с учетом обратной связи студентов (вопросы, уточнения). Для стимулирования познавательного интереса студентов, их активизации в процессе обучения применяются лекции в режиме диалога. В процессе лекций студентам рекомендуется оформлять опорные конспекты, которые помогут впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить и расширить содержание изученных вопросов при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к итоговому контролю.

Практические занятия – форма учебного процесса, построенная на практической работе по отработке ранее полученных знаний, формировании умений и навыков. Практические занятия включают в себя решение задач, выполнение тестов. Практические

занятия способствуют углубленному изучению теоретических и практических вопросов, они дополняют лекции. Для подготовки к практическому занятию студентам заранее выдается тема, задания и вопросы. Пользуясь рекомендованной литературой, требуется подготовить конспекты по вопросам практического занятия, подготовиться к публичному выступлению и защите своей точки зрения, при этом приветствуется использование презентации.

Лабораторные занятия – форма учебного процесса, построенная на практической обработке полученных знаний путем проведения различных лабораторных испытаний. Лабораторные работы построены таким образом, чтобы обеспечить их осмысленное поэтапное выполнение. Эксперимент предполагает выработать у студентов определенные навыки научной организации исследований, освоения и проведения лабораторных опытов, и умения правильно оформить их, сделав логические и полные выводы.

Перед проведением каждой лабораторной работы студент должен проработать соответствующий теме занятия теоретический материал из курса химии, а при необходимости повторить разделы курсов общей, неорганической и органической химии; ознакомиться с порядком выполнения лабораторной работы. На занятии необходимо прослушать инструктаж преподавателя о правилах и приемах безопасной работы, особенностях проведения химических опытов. Перед каждой лабораторной работой студент получает допуск после собеседования с преподавателем.

Результаты проведения лабораторной работы оформляются в тетради в виде отчета, который должен содержать название и цель работы, названия и краткое описание химических опытов, уравнения химических реакций, наблюдения и выводы. При необходимости экспериментальные данные оформляются в виде таблицы. Выполненные и правильно оформленные лабораторные работы защищаются студентом при собеседовании с преподавателем по контрольным вопросам, которые могут быть использованы и для допуска к их выполнению.

Регулярное посещение лекций, лабораторных и практических занятий не только способствует успешному овладению профессиональными знаниями, но и помогает наилучшим образом организовать время, т.к. все виды занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

Для успешного процесса обучения существуют дополнительные формы организации учебного процесса, такие как индивидуальные занятия и консультации. Цель дополнительных форм – восполнение пробелов в знаниях, выработки умений и навыков, удовлетворение повышенного интереса к предмету.

Самостоятельная работа является активной учебной деятельностью, направленной на качественное решение задач самообучения, самовоспитания и саморазвития. Самостоятельная работа студентов выполняется без непосредственного участия преподавателя, но по его заданию и в специально отведенное для этого время. Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются: уровень освоения студентом учебного материала; умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач; обоснованность и четкость изложения ответа; оформление материала в соответствии с требованиями.

По курсу дисциплины применяются различные виды поэтапного контроля. Это текущий контроль по каждой теме лабораторно-практических занятий, коллоквиумы, проверочные работы, домашние задания, экзамен. Все виды контроля проводятся по индивидуальным вариантам. Примеры таких заданий приведены в ФОС.

Рекомендации при подготовке к экзамену, зачету. Допуск к экзамену, зачету осуществляется исходя из посещаемости студента, его успеваемости и активности работы в ходе лабораторных и практических занятий, качества выполнения самостоятельной работы. Формой итогового контроля знаний студентов является экзамен, который предваряется групповой консультацией с обсуждением трудных вопросов учебной дисциплины. Сдача экзамена связана с выполнением экзаменационного теста или собеседования по экзаменационным билетам.

Подготовка к экзамену начинается с первого занятия по дисциплине, на котором студенты получают общую установку преподавателя и перечень основных требований к текущей и итоговой отчетности. При этом важно с самого начала планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к экзамену, конспектировать важные для решения учебных задач источники. В течение семестра происходят пополнение, систематизация и корректировка студенческих наработок, освоение нового и закрепление уже изученного материала. Лекции, практические и лабораторные занятия, проверочные работы являются важными этапами подготовки к экзамену, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы.

При подготовке к экзамену следует обратить внимание на определения основных понятий курса, формулировки законов и принципов. Прорешайте имеющиеся в материалах МОД задания к экзамену. Во время сдачи экзамена для успешного выполнения индивидуального тестового задания оптимальна следующая стратегия: последовательно читайте условия задания и, если есть уверенность, что точно знаете ответ – отвечайте, если ли есть сомнения, то переходите к следующему вопросу. Все «пропущенные» задания пройдите второй раз.

Работа с тестовыми материалами. Тестовые материалы приведены в методическом обеспечении дисциплины и предназначены для промежуточного контроля. Тесты содержат вопросы открытой формы, в которых нужно выбрать один правильный ответ из нескольких предложенных. При проработке тестов необходимо запомнить сам ответ, а не его номер, т.к. ответы в промежуточном контроле могут быть расположены в другом порядке. Вопросы для промежуточного контроля составлены таким образом, что их проработка совместно с изучением вопросов для практических занятий обеспечит освоение до 70% материала, необходимого для успешной сдачи экзамена.

Данные выше рекомендации позволят своевременно выполнить все задания, получить достойную оценку и избежать необходимости тратить время на переподготовку и пересдачу предмета.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

13. БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина "Маркетинг минерального сырья" изучается студентами 2 курса специальности 21.05.02 «Прикладная геология». Дисциплина рассчитана на 1 семестр. Общая трудоемкость дисциплины 36 академических часов, в том числе 16 академических часов лекций, 30 академических часов практических занятий, 35 академических часов самостоятельной работы студентов и экзамен.

Усвоение учебной дисциплины максимально оценивается в 100 рейтинговых баллов, которые распределяются по видам занятий в зависимости от их значимости и трудоемкости. По результатам текущей работы по дисциплине в течение семестра студент может набрать не более 70 баллов. На итоговый контроль отводится 30 баллов. Посещаемость занятий учитывается поправочным коэффициентом, равным отношением количества часов посещенных занятий к плановым.

Распределение баллов по видам учебных работ

№ п/п	Наименование работ	Распределение баллов
1.	Теоретический материал	20
2.	Выполнение практических работ	20
3.	Контрольные работы	20
4.	Посещаемость	10
5.	Экзамен	30
6.	Итого	100

Перевод баллов на пяти балльную систему

Отлично	90-100
Хорошо	76-94
1	2
Удовлетворительно	65-75
Неудовлетворительно	Менее 65

Примечание. При набранной общей суммы баллов менее 50 по результатам третьей аттестации студент не допускается и итоговой аттестации по дисциплине.