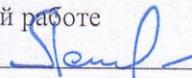


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Амурский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и  
научной работе

  
\_\_\_\_\_ А.В. Лейфа  
«01» сентября 2021г.

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 – 2021

Форма обучения – очная

Курс 3 Семестр 6

Экзамен 6 сем

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

Составитель В.Е. Стриха, профессор, д.г.-м.н.

Факультет инженерно-физический

Кафедра геологии и природопользования

2021г.

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 12.08.2020 № 953.

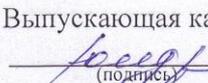
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры геологии и природопользования

«01» сентября 2021г., протокол № 1

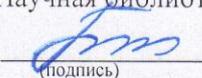
И.о. зав. кафедрой  Д.В. Юсупов

СОГЛАСОВАНО  
Учебно-методическое управление  
 Н.А. Чалкина  
(подпись)

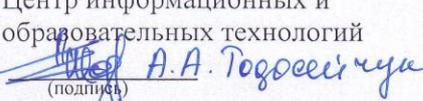
«01» сентября 2021г.

СОГЛАСОВАНО  
Выпускающая кафедра  
 Д.В. Юсупов  
(подпись)

«01» сентября 2021г.

СОГЛАСОВАНО  
Научная библиотека  
 О.В. Петрович  
(подпись)

«01» сентября 2021г.

СОГЛАСОВАНО  
Центр информационных и  
образовательных технологий  
 А.А. Подосеичиха  
(подпись)

«01» сентября 2021г.

## 1. ЦЕЛЬ 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 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.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 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	ИД1 <sub>ПК2</sub> Знать: специфику маркетинга минерального сырья, приемов и методов маркетинга минерального сырья  ИД1 <sub>ПК2</sub> Уметь: способность осуществлять комплексный анализ рынка на разных уровнях; применять специфические методы маркетинга минерального сырья; делать выводы и предложения для принятия маркетинговых решений  ИД1 <sub>ПК2</sub> Владеть: способностью осуществлять анализ маркетинговой среды предприятий минерально- сырьевого комплекса; методами и приемами принятия решений в области формировании ассортимента политики ценообразования; способностью проведения сегментирования рынка минерального сырья и проведения позиционирования предприятия.

#### 4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)			Контроль (в акад.ч ас.)	Самостоятельная работа (в акад. часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	КЭ			
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	Тест
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	28	0,3	26,7	39	

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, КЭ – контроль на экзамене.

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
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 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.
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 по-

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		требительских 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	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности	Роль и типы маркетинговой информационной системы (МИС) Источники информации. Маркетинговые исследования и Схема анализа данных.

## 5.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
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 международного россий-	Конъюнктура международного и российского

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	ского рынка.	рынков 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.

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование раздела	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость 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	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	Промышленный маркетинг	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
Итого			39

## 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. 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.

## **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 ДИСЦИПЛИНЫ**

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 : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83143.html> (дата обращения: 25.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

б) интернет-ресурсы:

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	Электронно-библиотечная система IPRbooks <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>	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	<a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>	Электронная библиотечная система «Издательства «Лань», тематические пакеты: математика, физика, инженерно-технические науки.
3	Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

в) программное обеспечение:

№	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

## 10. 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