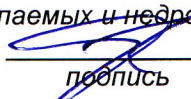


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

полезных ископаемых и недропользования

К.А. Савко
подпись

09.04.2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.06.01 Маркетинг минерального сырья

Код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:

05.03.01 Геология

2. Профиль подготовки/специализация: Геохимия

3. Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

4. Форма обучения: Заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: кафедра полезных
ископаемых и недропользования

6. Составители программы: преп. Кориш Екатерина Хафисовна

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

7. Рекомендована: НМС геологического факультета, протокол № 6 от 14.05.2018

(наименование рекомендующей структуры, дата, номер протокола,

отметки о продлении вносятся вручную)

8. Учебный год: 2021-2022

Семестр(ы): 9,10

9. Цели и задачи учебной дисциплины: рассмотреть социальные и рыночные основы маркетинга, процесс управления маркетингом, маркетинговую среду организации, рынок предприятий и сегментирование рынка, политику ценообразования, методы продвижения и распределения продукции, изучить рынки основных видов минерального сырья, тенденции в использовании и потреблении минерального сырья, обеспеченность стран данными видами минерального сырья, объемы добычи и потребления, особенности

конкуренции в минерально-сырьевом секторе экономики, глобализация рынков минерального сырья.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к вариативной части социально-экономического цикла (Б1.В.ДВ), читается на 9-ом семестре бакалавриата и является курсом по выбору. Она обеспечивает взаимосвязь рыночной экономики с геологической деятельностью человека. Дисциплина тесно связана с другими дисциплинами социально-экономического цикла и с профессиональными дисциплинами геохимического профиля. Для ее изучения требуется знать основные понятия экономики, маркетинга, геологии месторождений полезных ископаемых.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-1	способность использовать знания в области геологии, геохимии для решения научно-исследовательских задач	знать: основные понятия экономики, маркетинга, геологии месторождений полезных ископаемых. Знать социальные и рыночные основы маркетинга, процесс управления маркетингом, маркетинговую среду организации, рынок предприятий и сегментирование рынка, политику ценообразования, методы продвижения и распределения продукции, изучить рынки основных видов минерального сырья, тенденции в использовании и потреблении минерального сырья, обеспеченность стран данными видами минерального сырья, объемы добычи и потребления, особенности конкуренции в минерально-сырьевом секторе экономики, глобализация рынков минерального сырья.
ПК-3	обладает способностью в составе научно-исследовательского коллектива участвовать в интерпретации геологической информации, составлении отчетов, рефератов, библиографий по тематике научных исследований, в подготовке публикаций	уметь: использовать полученные знания для управления геологоразведочными и горнодобывающими организациями, самостоятельно анализировать события и тенденции, происходящие на сырьевых рынках.
ПК-4	готов применять на практике базовые общепрофессиональные знания и навыки полевых геологических, геохимических работ при решении производственных задач	владеть (иметь навык(и)): организации процесса маркетинга при работе с минеральным сырьем, полезными ископаемыми, в геологических службах.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.(в соответствии с учебным планом) — 2 / 72.

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) зачет.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		№ семестра 9	№ семестра 10	...
Аудиторные занятия	12	12		
в том числе: лекции	6	6		
практические	6	6		
лабораторные				
Самостоятельная работа	56	42	14	
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – час.)	4		4	
Итого:	72	54	18	

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Процесс управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Сегментирование рынка	Процесс управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Сегментирование рынка. Отбор целевых рынков. Выявление новых рынков. Позиционирование товара на рынке. Анализ маркетинговых возможностей и разработка комплекса маркетинга. Система планирования маркетинга. Система организации службы маркетинга. Система маркетинговой информации. Источники информации: первичные и вторичные данные.
1.2	Маркетинговая среда организации. Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования. Методы распределения и продвижения продукции.	Маркетинговая среда организации. Основные факторы микросреды функционирования организации: поставщики и посредники, клиентура, конкуренты, контактные аудитории. Рынок предприятий и поведение покупателей от имени предприятий. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных учреждений. Принципы сегментирования рынков товаров промышленного назначения. Классификация товаров промышленного назначения. Жизненный цикл товара. Установление цен на товары: задача и политика ценообразования. Ценообразование на различных типах рынков. Задачи ценообразования. Определение спроса. Методы оценки кривых спроса. Методы распределения и продвижения продукции. Каналы распределения: природа и функции. Типы посредников. Природа и цели товародвижения. Транспортировка. Типы маркетинговых систем распределения. Коммуникации в маркетинге: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда.
1.3	Рынок энергоносителей	Рынок нефти. Запасы, добыча и потребление. Конъюнктура и динамика цен. Факторы функционирования мирового рынка нефти. Конкуренция. Особенности заключения сделок. Прогнозы развития нефтяного рынка. Рынок природного газа. Запасы, добыча и потребление. Конъюнктура и динамика цен. Факторы функционирования мирового рынка газа. Конкуренция. Рост азиатских рынков. Прогнозы развития рынка природного газа.
1.4	Рынок драгоценных металлов и алмазов.	Рынок золота. Запасы, добыча и потребление. Цены на золото, золото на биржах металлов, спрос на золото. Конъюнктура и динамика цен. Процесс демонетаризации. Маркетинговые стратегии на золотом рынке. Особенности заключения сделок. Прогнозы развития золотого рынка. Рынок платины и платиноидов. Запасы, добыча и потребление. Цены на платину, платина на биржах металлов. Рынок палладия. Прогнозы и перспективы

		развития рынка платиноидов. Рынок серебра. Запасы, добыча и потребление. Динамика цен на биржах металлов. Тенденции в спросе и предложении.
1.5	Рынки металлов	Рынки алюминия, никеля, кобальта, меди Запасы, добыча и потребление. Динамика цен на ЛБМ. Перспективы развития рынков Динамика цен на биржах металлах. «Бумы» и «кризисы» на рынках металлов. Маркетинговые стратегии на рынках металлов. Перспективы развития рынков металлов.
1.6	Биржи металлов	Лондонская биржа металлов (ЛБМ). Нью-йоркская биржа металлов (Комекс). Основные операции на биржах металлов. Рынок фьючерсов. Контанго.
2. Практические занятия		
2.1	Процесс управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Сегментирование рынка	Изучение системы организации службы маркетинга. Сбор маркетинговой информации. Источники маркетинговой информации.
2.2	Маркетинговая среда организации. Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования. Методы распределения и продвижения продукции.	Изучение моделей ценообразования на рынках минерального сырья. Задачи ценообразования. Определение спроса. Методы оценки кривых спроса. Особенности маркетинговых систем распределения на рынке минерального сырья.
2.3	Рынок энергоносителей	Конъюнктура и динамика цен, прогнозы развития рынка энергоносителей.
2.4	Рынок драгоценных металлов и алмазов.	Конъюнктура и динамика цен на рынке драгоценных металлов. Маркетинговые стратегии на рынке драгоценных металлов. Особенности заключения сделок. Прогнозы развития рынка.
2.5	Рынки металлов	Маркетинговые стратегии на рынках металлов. Перспективы развития рынков металлов. Динамика цен на биржах металлах.
2.6	Биржи металлов	Основные операции на биржах металлов

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Процесс управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Сегментирование рынка.	1	1		8	10
2	Маркетинговая среда организации. Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования. Методы распределения и продвижения продукции.	1	1		8	10
3	Рынок энергоносителей	1	1		10	12
4	Рынок драгоценных металлов и алмазов.	1	1		10	12
5	Рынки металлов	1	1		10	12
6	Биржи металлов	1	1		10	12
	Итого:	6	6		56	68

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендуемые образовательные технологии:

– чтение лекций в сопровождении видеоматериалов.

Для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине могут использоваться: устный опрос (УО) в виде собеседования, коллоквиума, теста; письменные работы (ПР) в виде эссе, рефератов, контрольных работ (КР); зачет и экзамен.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Еремин Н.И. Экономика минерального сырья : учебник для студ., обуч. по направлению 020300 "Геология" / Н.И. Еремин, А.Л. Дергачев ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Геол. фак. — Москва : Изд-во КДУ, 2007. — 503 с.
2	Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. - Москва : Изд-во Росинтэр, 2006. - 704 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Алискеров В.А. Экономика минерального сырья и геологоразведочных работ / В.А. Алискеров и др. - Москва : Геоинформмарк, 1998. - 268 с.
4	Астахов А.С. Природные ресурсы и национальное богатство / Приложение к общественно-деловому, научному журналу "Энергетическая политика" // А.С. Астахов. - Москва : "ИАЦ Энергия", 2010. - 220 с.
5	Салихов В.А. Основы научных исследований в экономике минерального сырья / В.А. Салихов. - Новокузнецк : СибГИУ, 2004. - 124 с.
6	Шумилин М.В. Геолого-экономические основы горного бизнеса / М.В. Шумилин. – Москва : Изд-во Всероссийского научно-исследовательского института минерального сырья и недропользования (ВИЭМС), 1998. - 168 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1.	www.lib.vsu.ru – зональная библиотека Воронежского государственного университета
2.	www.elibrary.ru – научная электронная библиотека
3.	www.lithology.ru – информационный портал, посвященный геологии
4.	www.biblioclub.lib.vsu.ru - Университетская библиотека ВГУ ONLINE

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Ампилов Ю.П. Экономическая геология : учебное пособие : для студентов и магистрантов, обучающихся по направлению 020300 "Геология" и специальности 060300 "Экономика природопользования" / Ю.П. Ампилов, А.А. Герт ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. — Москва : Геонформмарк, 2006. — 329 с.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

Мультимедийная аппаратура для демонстрации презентаций по дисциплине.

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)	
ПК-1 способность использовать знания в области геологии, геохимии для решения научно-исследовательских задач	<p>знать: основные понятия экономики, маркетинга, геологии месторождений полезных ископаемых. Знать социальные и рыночные основы маркетинга, процесс управления маркетингом, маркетинговую среду организации, рынок предприятий и сегментирование рынка, политику ценообразования, методы продвижения и распределения продукции, изучить рынки основных видов минерального сырья, тенденции в использовании и потреблении минерального сырья</p> <p>обеспеченность стран данными видами минерального сырья, объемы добычи и потребления, особенности конкуренции в минерально-сырьевом секторе экономики, глобализация рынков минерального сырья.</p>	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6.	КИМ	
ПК-3 обладает способностью в составе научно-исследовательского коллектива участвовать в интерпретации геологической информации, составлении отчетов, рефератов, библиографий по тематике научных исследований, в подготовке публикаций				<p>уметь: использовать полученные знания для управления геологоразведочными и горнодобывающими организациями, самостоятельно анализировать события и тенденции, происходящие на сырьевых рынках.</p> <p>владеть (иметь навык(и)): организации процесса маркетинга при работе с минеральным сырьем, полезными ископаемыми, в геологических службах.</p>
ПК-4 готов применять на практике базовые общепрофессиональные знания и навыки полевых геологических, геохимических работ при решении производственных задач				

* В графе «ФОС» в обязательном порядке перечисляются оценочные средства текущей и промежуточной аттестаций.

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели (ЗУНы из 19.1):

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;

4) умение применять теоретические знания для решения практических задач.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – зачтено, не зачтено
Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<i>Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным критериям. Продемонстрированы знания, умение использовать полученные знания на практике, владение материалом.</i>	<i>Высокий уровень</i>	<i>Зачтено</i>
<i>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует перечисленным показателям. Демонстрируются частичные знания.</i>	<i>Низкий уровень</i>	<i>Не зачтено</i>

19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.3.1 Перечень вопросов к аттестации:

№ п/п	Содержание вопроса
1	Понятие маркетинга, рынка
2	Типы спроса
3	Концепции управления маркетингом
4	Процесс управления маркетингом
5	Система маркетинговых исследований
6	Основные факторы макросреды функционирования организации
7	Основные факторы микросреды функционирования организации
8	Характеристика рынка товаров промышленного назначения
9	Основные факторы, учитываемые в процессе принятия решения о закупках
10	Факторы, влияющие на поведение покупателя товаров промышленного назначения
11	Основные принципы сегментирования рынков товаров промышленного назначения
12	Варианты охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг
13	Рынок золота: добыча, использование, потребление, мировая торговля, конъюнктура
14	Рынок МПГ: добыча, использование, потребление, мировая торговля, конъюнктура
15	Рынок серебра: добыча, использование, потребление, мировая торговля, конъюнктура
16	Рынок никеля: добыча, использование, потребление, мировая торговля, конъюнктура
17	Рынок кобальта: добыча, использование, потребление, мировая торговля, конъюнктура
18	Рынок меди: добыча, использование, потребление, мировая торговля, конъюнктура
19	Рынок алюминия: добыча, использование, потребление, мировая торговля, конъюнктура
20	Биржи металлов: Лондонская биржа металлов (ЛБМ). Нью-йоркская биржа металлов (Комекс). Основные операции на биржах металлов. Рынок фьючерсов.

19.3.2 Перечень практических заданий

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме(ах) (указать нужное): устного опроса (индивидуальный опрос, фронтальная беседа, доклады); письменных работ (контрольные, эссе, сочинения, выполнение практико-ориентированных заданий, лабораторные работы и пр.); тестирования; оценки результатов практической деятельности (курсовая работа, портфолио и др.). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практические задания, позволяющие оценить степень сформированности умений и(или) навыков, и(или) опыт деятельности.

При оценивании используются количественные или качественные шкалы оценок (*нужное выбрать*). Критерии оценивания приведены выше.