

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: ПАНОВ Юрий Петрович
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 14.11.2023 10:33:56
 Уникальный программный ключ:
 e30ba4f0895d1683ed43800960e77389e6cbff62

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный геологоразведочный университет имени Серго Орджоникидзе"

(МГРИ)

Маркетинг минерального сырья

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Производственного и финансового менеджмента**

Учебный план vb380302_23_VMO23.plx
 Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
 в том числе:
 аудиторные занятия 50,35
 самостоятельная работа 66,65
 часов на контроль 27

Виды контроля в семестрах:
 экзамены 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	16 5/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	24	24	24	24
Практические	24	24	24	24
Иные виды контактной работы	2,35	2,35	2,35	2,35
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	50,35	50,35	50,35	50,35
Контактная работа	50,35	50,35	50,35	50,35
Сам. работа	66,65	66,65	66,65	66,65
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Москва 2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью изучения дисциплины «Маркетинг минерального сырья» является понимание обучающимися роли маркетинга в реализации комплекса мероприятий по изучению конъюнктуры рынка минерального сырья, в проведении маркетинговых исследований с целью привлечения инвестиций для обеспечения национального хозяйства минеральным сырьем, в создании эффективной системы управления недропользованием в стране и подготовка обучающегося к самостоятельному принятию решений при разработке маркетинговых стратегий и тактики при создании и функционировании организаций и предприятий минерально-сырьевого комплекса (МСК).
1.2	
1.3	Задачами изучения дисциплины являются:
1.4	-усвоение обучающимися теоретических основ и общей методологии маркетинга минерального сырья;
1.5	-изучение основных функций и элементов маркетинга минерального сырья;
1.6	-ознакомление с особенностями использования достижений маркетинга в практической деятельности предприятий и организаций минерально-сырьевого комплекса;
1.7	-понимание и осознание объективной необходимости маркетинга в деятельности организаций и предприятий МСК;
1.8	-овладение основами реальной практики маркетинга в целях обеспечения -эффективной деятельности организаций и предприятий МСК;
1.9	-получение представления о маркетинге, как о специфической маркетинговой профессии в деятельности организаций и предприятий МСК.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Экономическая теория
2.1.2	Экономика предприятия
2.1.3	Стратегический менеджмент
2.1.4	Маркетинг
2.1.5	Бизнес-планирование
2.1.6	Корпоративные финансы
2.1.7	Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия
2.1.8	Управление рисками
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Геолого-экономическая оценка месторождений полезных ископаемых
2.2.2	Оценка бизнеса

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
Знать:	
Уровень 1	работы ведущих представителей основных направлений экономической науки, методы оценки экономических решений в различных областях жизнедеятельности
Уровень 2	роль маркетинга минерального сырья в деятельности предприятий и организаций МСК, основные принципы и функции маркетинга на предприятиях МСК и их содержание
Уметь:	
Уровень 1	характеризовать статику и динамику внешней среды, собирая и анализируя исходные данные для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
Уровень 2	осуществлять маркетинговый анализ внутренней и внешней среды предприятий МСК, изучать рынок минерального сырья и его конъюнктуру
Владеть:	
Уровень 1	финансовой грамотностью при принятии конкурентоспособных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
Уровень 2	навыками анализа и обобщения маркетинговой информации на предприятии МСК, разработки маркетинговой стратегии организации МСК

ПК-8: Способен формировать диапозона цен на товары, работы и услуги	
Знать:	

Уровень 1	маркетинг и основы ценообразования
Уровень 2	основные маркетинговые подходы к формированию цены на минеральное сырье, как товара, методику расчета и виды цен на минеральное сырье
Уметь:	
Уровень 1	использовать различные методы расчета цен на товары, работы, услуги, в том числе затратные методы, рыночные методы, параметрические методы, и информационные интеллектуальные технологии для формирования диапазона цен на товары, работы, услуги
Уровень 2	определять основные показатели конъюнктуры рынка минерального сырья, определять эффективность проводимой предприятием МСК товарной, ценовой и сбытовой политики, использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятиях МСК
Владеть:	
Уровень 1	умением осуществлять расчет цен на товары, работы, услуги с учетом соответствующих коэффициентов и нормативов
Уровень 2	формирования спроса и стимулирования сбыта на минеральное сырье, расчета цены на минеральное сырье, оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях МСК

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- цели, задачи и содержание маркетинга минерального сырья;
3.1.2	- роль маркетинга минерального сырья в деятельности предприятий и организаций МСК;
3.1.3	- зарубежный и отечественный передовой опыт маркетинговой деятельности предприятий МСК;
3.1.4	- существующие проблемы при использовании маркетинга на российских предприятиях МСК;
3.1.5	- основные принципы и функции маркетинга на предприятиях МСК и их содержание;
3.1.6	- маркетинговую среду предприятий минерально-сырьевого комплекса, ее основные факторы, влияющие на деятельность предприятий МСК;
3.1.7	- особенности минерального сырья в рыночной среде, как товара, и товарную политику предприятий МСК;
3.1.8	- особенности конкуренции на рынках минерального сырья;
3.1.9	- методику оценки конкурентоспособности минерального сырья;
3.1.10	- основные маркетинговые подходы к формированию цены на минеральное сырье, как товара;
3.1.11	- методику расчета и виды цен на минеральное сырье;
3.1.12	- основы формирования системы товародвижения в организациях МСК;
3.1.13	- систему маркетинговых коммуникаций в маркетинге минерального сырья;
3.1.14	- задачи и функции службы маркетинга, а также основные виды организации маркетинга на предприятиях МСК;
3.1.15	- основы оперативного, стратегического и прогнозного планирования, информационного и коммуникационного обеспечения управления маркетинговой деятельностью на предприятиях МСК.
3.2	Уметь:
3.2.1	- осуществлять маркетинговый анализ внутренней и внешней среды предприятий МСК;
3.2.2	-использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятиях МСК;
3.2.3	- изучать рынок минерального сырья и его конъюнктуру;
3.2.4	- определять основные показатели конъюнктуры рынка минерального сырья;
3.2.5	- сегментировать рынок минерального сырья;
3.2.6	- оценивать конкурентоспособность выпускаемых предприятиями МСК товаров и оказываемых услуг;
3.2.7	- определять эффективность проводимой предприятием МСК товарной, ценовой и сбытовой политики;
3.2.8	- организовывать маркетинговую деятельность предприятия МСК;
3.2.9	- анализировать цели, стратегию и задачи маркетинговой системы управления на предприятии МСК;
3.2.10	- составлять бизнес-план и программу маркетинга;
3.2.11	-разрабатывать маркетинговые управленческие решения;
3.2.12	- обосновывать потребность и выбор источников финансирования для реализации стратегии и тактики маркетинга;
3.2.13	-контролировать и проводить ревизию маркетинговой деятельности на предприятии или в организации МСК;
3.2.14	- рассчитывать эффективность маркетинговой деятельности предприятия МСК в целом и основных элементов маркетинга.
3.3	Владеть:
3.3.1	- анализа и обобщения маркетинговой информации на предприятии МСК;
3.3.2	-сегментирования рынка минерального сырья;

3.3.3	-формирования спроса и стимулирования сбыта на минеральное сырье;
3.3.4	-расчета цены на минеральное сырье;
3.3.5	-выбора типа организации службы маркетинга на предприятии МСК;
3.3.6	- разработки маркетинговой стратегии организации МСК в целом, а также ценовой и товарной стратегиями;
3.3.7	- определения взаимосвязи маркетинговой стратегии с корпоративной стратегией предприятия МСК в целом;
3.3.8	-разработки рекомендаций по внедрению разработанной стратегии и тактики маркетинговой деятельности предприятия МСК с учетом существующего типа корпоративной культуры;
3.3.9	-оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии МСК.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг минерального сырья						
1.1	Тема 1. Маркетинг минерального сырья как наука /Лек/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.2	Тема 1. Маркетинг минерального сырья как наука /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.3	Тема 1. Маркетинг минерального сырья как наука /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

1.4	Тема 2. Общая характеристика минерального сырья /Лек/	7	3	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.5	Тема 2. Общая характеристика минерального сырья /Пр/	7	3	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.6	Тема 2. Общая характеристика минерального сырья /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.7	Тема 3. Маркетинговая среда предприятия минерально-сырьевого комплекса /Лек/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

1.8	Тема 3. Маркетинговая среда предприятия минерально-сырьевого комплекса /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.9	Тема 3. Маркетинговая среда предприятия минерально-сырьевого комплекса /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.10	Тема 4. Минеральное сырье как товар и товарная политика предприятия МСК /Лек/	7	3	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.11	Тема 4. Минеральное сырье как товар и товарная политика предприятия МСК /Пр/	7	3	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	2	Лекция – дискуссия 1. Современные тенденции в товарной политике предприятий МСК. 2. Определение конкурентоспо- собности минерального

1.12	Тема 4. Минеральное сырье как товар и товарная политика предприятия МСК /Ср/	7	6,65	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.13	Тема 5. Рынок минерального сырья /Лек/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.14	Тема 5. Рынок минерального сырья /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.15	Тема 5. Рынок минерального сырья /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

1.16	Тема 6. Спрос и предложение минерального сырья /Лек/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.17	Тема 6. Спрос и предложение минерального сырья /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.18	Тема 6. Спрос и предложение минерального сырья /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.19	Тема 7. Особенности конкуренции на рынках минерального сырья /Лек/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

1.20	Тема 7. Особенности конкуренции на рынках минерального сырья /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.21	Тема 7. Особенности конкуренции на рынках минерального сырья /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.22	Тема 8. Цена и ценовая политика предприятия МСК /Лек/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.23	Тема 8. Цена и ценовая политика предприятия МСК /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

1.24	Тема 8. Цена и ценовая политика предприятия МСК /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.25	Тема 9. Сбыт (реализация) минерального сырья /Лек/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.26	Тема 9. Сбыт (реализация) минерального сырья /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.27	Тема 9. Сбыт (реализация) минерального сырья /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

1.28	Тема 10. Система маркетинговых коммуникаций (продвижение) при реализации минерального сырья /Лек/	7	2	УК-10 ПК- 8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.29	Тема 10. Система маркетинговых коммуникаций (продвижение) при реализации минерального сырья /Пр/	7	2	УК-10 ПК- 8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.30	Тема 10. Система маркетинговых коммуникаций (продвижение) при реализации минерального сырья /Ср/	7	6	УК-10 ПК- 8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.31	Тема 11. Организация, планирование и контроль маркетинга на предприятиях МСК /Лек/	7	2	УК-10 ПК- 8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

1.32	Тема 11. Организация, планирование и контроль маркетинга на предприятиях МСК /Пр/	7	2	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.33	Тема 11. Организация, планирование и контроль маркетинга на предприятиях МСК /Ср/	7	6	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	
1.34	Иные виды контактной работы /ИВКР/	7	2,35	УК-10 ПК-8	Л1.5 Л1.3 Л1.9 Л1.8 Л1.1 Л1.6 Л1.4 Л1.7 Л1.2 Л1.10Л2.10 Л2.3 Л2.9 Л2.5 Л2.2 Л2.8 Л2.4 Л2.1 Л2.7 Л2.6Л3.2 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Общая характеристика минерального сырья. Классификация запасов месторождений и прогнозных ресурсов твердых полезных ископаемых. Кондиции на минеральное сырье.
2. Маркетинг минерального сырья как наука. Роль маркетинга в создании эффективной системы управления недропользованием.
3. Основные факторы микросреды функционирования предприятия минерально-сырьевого комплекса.
4. Основные факторы макросреды функционирования предприятия минерально-сырьевого комплекса.
5. Налоговая политика государства как фактор макросреды функционирования предприятия минерально-сырьевого комплекса.
6. Классификация минерального сырья. Минеральное сырье как товар. Виды товарной продукции из минерального сырья. Единицы измерения минерального сырья.
7. Товарная политика предприятий МСК. Товарный ассортимент. Товарная номенклатура.
8. Особенности рынка минерального сырья. Виды рынков минерального сырья.
9. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование минерального сырья.
10. Цели ценовой политики предприятия минерально-сырьевого комплекса. Особенности ценообразования на рынках минерального сырья.
11. Товарные биржи и формирование цен на минеральное сырье.
12. Организация сбыта минерального сырья.
13. Продвижение минерального сырья. Система маркетинговых коммуникаций.
14. Техника рекламы в МСК. Стимулирование сбыта. Пропаганда. Личные продажи.
15. Информационное обеспечение управления маркетинга на предприятиях МСК.

16. Система маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Методы получения данных на предприятиях МСК.
17. Методы прогноза. Прогноз потребления минерально-сырьевых ресурсов. Анализ динамики потребления минерального сырья. Анализ динамики развития (воспроизводства) минерально-сырьевой базы.
18. Ретроспективный анализ минерально-сырьевой базы. Прогноз использования и воспроизводства минерально-сырьевой базы.
19. Стратегическое планирование на предприятиях МСК и его связь с разработкой стратегии маркетинга.
20. Стратегическое планирование. Ситуационный анализ. Планирование целей.
21. Стратегическое планирование. Стратегия роста предприятия. Портфельный анализ деятельности предприятия.
22. Выбор стратегии маркетинга на предприятиях МСК.
23. Планирование маркетинга на предприятиях МСК.
24. Контроль маркетинга на предприятиях МСК.
25. План ревизии маркетинга на предприятиях МСК.
26. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности предприятий минерально-сырьевого комплекса.
27. Минеральное сырье - основа развития мировой экономики и национального хозяйства.
28. Стадийность изучения и освоения недр. Стадийность экономической оценки месторождений. Правовое обеспечение недропользования в России.
29. Факторы спроса (потребления) на минеральное сырье.
30. Факторы предложения (добычи) минерального сырья.
31. Особенности горного производства. Факторы размещения горнодобывающих предприятий. Структура производства минерального сырья в РФ.
32. Ценообразование внебиржевых минеральных ресурсов. Оценка издержек производства минерального сырья. Выбор метода ценообразования на минеральное сырье.
33. Внешнеэкономическая деятельность предприятий МСК и особенности ценообразования.
34. Транспортировка минерального сырья. Транспортные инфраструктуры. Реализация ресурсного потенциала территории.

Задания для текущего контроля представлены в Приложении 1.

5.2. Темы письменных работ

К письменным работам по дисциплине «Маркетинг минерального сырья» относятся реферат, тестовые задания.

Примерные темы рефератов:

1. Характеристика минерального сырья (конкретного вида).
2. Кондиции на минеральное сырье (конкретного вида).
3. Рынок минерального сырья (по конкретному виду), его отличительные особенности
4. Сегментирование рынка минерального сырья (по конкретному виду)
5. Позиционирование минерального сырья (по конкретному виду)
6. Факторы спроса на минеральное сырье (по конкретному виду)
7. Факторы предложения (производства) минерального сырья (по конкретному виду)
8. Товарные биржи и формирование цен на минеральное сырье
9. Особенности ценообразования на рынке минерального сырья (по конкретному виду)
10. Оптовая торговля минеральным сырьем
11. Прогноз потребления минерально-сырьевых ресурсов
12. Анализ воспроизводства минерально-сырьевой базы (по конкретному виду полезного ископаемого)
13. Прогноз использования и воспроизводства минерально-сырьевой базы (по конкретному виду полезного ископаемого)
14. Ретроспективный анализ минерально-сырьевой базы (по конкретному виду полезного ископаемого)
15. Стратегическое планирование маркетинга на предприятии МСК

5.3. Оценочные средства

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг минерального сырья» обеспечена оценочными средствами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, включающими контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации, критерии оценивания учебной деятельности обучающихся по балльно-рейтинговой системе, примеры заданий для практических занятий, билеты для проведения промежуточной аттестации.

Все оценочные средства представлены в Приложении 1.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Оценочные средства разработаны для всех видов учебной деятельности студента – лекционных и практических занятий, самостоятельной работы и промежуточной аттестации.

Оценочные средства представлены в виде:

средств текущего контроля: написания реферата, проверки решений тестовых заданий, проверки домашнего задания, собеседования по теме;
 средств итогового контроля – промежуточной аттестации: экзамена в 7 семестре.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	---------------------	----------	-------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Назарова З.М., Устинов А.А., Косьянов В.А., Лунькин А.Н., Лисов С.В.	Логистика: учебное пособие	М.: МГРИ-РГГРУ, 2015
Л1.2	Исправникова Н.Р.	Инновационная модель экономического роста: новая индустриализация [Электронный ресурс]: монография	М.: Университетская книга, 2014
Л1.3	З.М. Назарова, Е.Л. Гольдман, В.И. Комащенко, В.И. Шендеров, О.А. Собин, А.А. Маутина, В.Р. Шмидт, П.В. Полежаев, Д.Н. Ребриков, А.С. Моисеева, Л.А. Чайкина, Л.Н. Векша, А.А. Устинов, Л.П. Рыжова	Управление, организация и планирование геологоразведочных работ	М.: Высшая школа, 2004
Л1.4	З.М. Назарова, Г.А. Мамед-заде, В.И. Шендеров, Ю.В. Забайкин	Конкурентоспособность и эффективность предприятий в современных условиях [Электронный ресурс МГРИ]: учебное пособие по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика»	М.: МГРИ-РГГРУ, 2017
Л1.5	Е.Л. Гольдман, З.М. Назарова, А.А. Маутина и др.	Экономика геологоразведочных работ	М.: Руда и металлы, 2000
Л1.6	З.М. Назарова, В.И. Шендеров, Ю.В. Забайкин, А.М. Курчик, Ю.А. Леонидова, Л.П. Рыжова	Основы предпринимательской деятельности [Электронный ресурс МГРИ]: учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки: 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Производственный менеджмент»	М.: МГРИ-РГГРУ, 2017
Л1.7	Назарова З. М., Забайкин Ю. В., Леонидова Ю. А.	Маркетинг минерального сырья [Электронный ресурс МГРИ]: учебное пособие	М.: МГРИ-РГГРУ, 2018
Л1.8	Назарова З. М., Чайкина Л. А.	Учебно-методические указания для выполнения курсовой работы по дисциплине "Маркетинг"	М.: РГГРУ, 2008
Л1.9	Назарова З. М., Чайкина Л. А.	Практикум по маркетингу	М.: МГГРУ, 2002
Л1.10	Леонов О. А., Темасова Г. Н., Вергазова Ю. Г.	Управление качеством: учебник	Санкт-Петербург: Лань, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Назарова З.М., Маутина А.А., Косьянов В.А., Устинов А.А., Корякина Н.А.	Маркетинговая деятельность геологических организаций	М.: ВНИИгеосистем, 2013
Л2.2	Голиков Е. А.	Маркетинг и логистика	М.: Издательский Дом "Дашков и Ко", 2001
Л2.3	Петросов А. А.	Стратегическое планирование и прогнозирование	М.: Издательство МГГУ, 2001
Л2.4	Ганицкий В. И., Велесевич В. И.	Менеджмент горного производства	М.: ГЕОС, 2004
Л2.5	Дойль П.	Маркетинг - менеджмент и стратегии	СПб.: Питер, 2002
Л2.6	З.М. Назарова, А.А. Маутина, М.Ф. Харламов, В.А. Косьянов, И.А. Шевчук	Налоги и налогообложение в недропользовании: учебное пособие. 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.03 "Управление персоналом", для дневной, очно- заочной и заочной форм обучения	М.: МГРИ-РГГРУ, 2016

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.7	Лисов С. В., Луныкин А. Н.	Минерально-сырьевой комплекс России: экономические особенности, проблемы управления	М.: ЦентрЛитНефтеГаз, 2015
Л2.8	Диденко Н. И., Самохвалов В. В.	Основы международного маркетинга	СПб.: Политехника, 2000
Л2.9	Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х.	Маркетинг	М.: Экономика, 2001
Л2.10	Котлер Ф.	Основы маркетинга	М.: Прогресс, 1993
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Назарова З. М., Устинов А. А.	Практикум по дисциплине "Маркетинг". В 2 ч. Ч. 2. Ценообразование в маркетинге [Электронный ресурс МГРИ]: практикум	М.: МГРИ-РГГРУ, 2015
Л3.2	Назарова З. М., Устинов А. А.	Практикум по дисциплине "Маркетинг". В 2 ч. Ч.1. Конкурентоспособность товаров [Электронный ресурс МГРИ]: практикум	М.: МГРИ-РГГРУ, 2015
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Электронные ресурсы библиотеки МГРИ		
Э2	ООО ЭБС Лань		
Э3	ООО РУНЭБ / elibrary		
Э4	База данных Web of Science Core Collection		
Э5	ФГБУ «Российский фонд фундаментальных исследований»		
Э6	Библиографическая и реферативная база данных SCOPUS		
Э7	ООО «Книжный Дом Университета» (БиблиоТех)		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	Office Professional Plus 2019		
6.3.1.2	Project Professional 2016		
6.3.1.3	Windows 10		
6.3.1.4	Webinar. Версия 3.0	Экосистема сервисов для онлайн-обучения и коммуникаций.	
6.3.1.5	ПО "Интерне-расширение информационной системы"	Автоматизация управления учебным процессом. Интернет-расширение представляет собой динамический сайт, подключаемый к единой базе данных ИС «Деканат», «Электронные ведомости», «Планы». Данная подсистема обеспечивает:	
6.3.1.6	ПО "Электронные ведомости"	Автоматизация управления учебным процессом. Предназначена для учета и анализа успеваемости студентов.	
6.3.1.7	ПО ""Визуальная студия тестирования"	Автоматизация управления учебным процессом. Позволяет автоматизировать контроль знаний студентов, включая создание набора тестовых заданий, проведение тестирования студентов и анализ результатов.	
6.3.1.8	ПО "Планы"	Автоматизация управления учебным процессом. Позволяет создать в рамках высшего учебного заведения единую систему автоматизированного планирования учебного процесса.	
6.3.1.9	ПО "Деканат"	Автоматизация управления учебным процессом. Предназначена для ведения личных дел студентов.	
6.3.1.10	ПО "Ведомости-Онлайн"	Автоматизация управления учебным процессом. Предназначена для учета и анализа успеваемости студентов.	
6.3.1.11	ПО Авторасписание AVTOR M	Автоматизация управления учебным процессом. Составление расписания занятий и сопровождение их в течение всего учебного года.	
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
6.3.2.1	Электронно-библиотечная система «Книжный Дом Университета» ("БиблиоТех")		
6.3.2.2	Электронно-библиотечная система "Лань" Доступ к коллекциям электронных изданий ЭБС "Издательство "Лань"		
6.3.2.3	База данных научных электронных журналов "eLibrary"		
6.3.2.4	Международная реферативная база данных "Web of Science Core Collection"		

6.3.2.5	Международная база данных рефератов и цитирования "Scopus"
6.3.2.6	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
6.3.2.7	Федеральный портал «Российское образование»

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оснащение	Вид
5-21	Аудитория для лекционных, практических и семинарских занятий.	Специализированная мебель: набор учебной мебели на 46 посадочных мест; стол преподавательский 2 шт., стул преподавательский 1 шт.; комплект оборудования для демонстрации презентаций и видеоконференций; доска интерактивная - 1 шт.; доска меловая - 1 шт., экран - 1 шт., шкаф для учебной методической литературы - 4 шт.	
5-45	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских.	Специализированная мебель: Набор учебной мебели на 36 посадочных мест (столы - 18 шт., стулья - 34 шт.); стол преподавательский - 1 шт., стул преподавательский - 0 шт.; доска интерактивная 1 - шт.; доска меловая - 1 шт.	

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

Методические указания по изучению дисциплины «» представлены в Приложении 2 и включают в себя:

1. Методические указания для обучающихся по организации учебной деятельности.
2. Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся.
3. Методические указания по организации процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.