

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор

з науково-педагогічної роботи

_____ Г.М. Виговський

«_____» _____ 20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**«РИНОК ПРИРОДНОГО КАМЕНЮ»**

для студентів освітнього рівня «бакалавр»
спеціальності 184 «Гірництво»
освітньо-професійна програма «Розробка родовищ та
видобування корисних копалин»
гірничо-екологічний факультет
кафедра розробки родовищ корисних копалин ім. проф. Бакки М.Т.

Робочу програму схвалено на
засіданні кафедри розробки
родовищ корисних копалин ім.
проф. Бакки М.Т. протокол від
«___» _____ 20__ р. № ___

Завідувач кафедри розробки
родовищ корисних копалин ім.
проф. Бакки М.Т.
_____ В.Т. Підвисоцький

Розробник: к.т.н., ст. викл. кафедри родовищ корисних копалин ім. проф.

Бакки М.Т. Шамрай В.І.

Житомир
2017 – 2018 н.р.

| | |
|------|---|
| ЖДТУ | Міністерство освіти і науки України Житомирський державний технологічний університет |
|------|---|

1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни | |
|---|--|--------------------------------------|-----------------------|
| | | денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 6 | Галузь знань: 18 «Виробництво та технології» | За вибором студента | |
| Модулів – 2 | Спеціальність: 184 «Гірництво» | Рік підготовки: | |
| Змістових модулів – 2 | | 3-й | 3-й |
| Загальна кількість годин - 180 | | Семестр | |
| | | 6-й | 6-й |
| Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента - 7 | Освітній рівень: «бакалавр» | Лекції | |
| | | 32 год. | 10 год. |
| | | Практичні, семінарські | |
| | | 32 год. | 12 год. |
| | | Лабораторні | |
| | | - | - |
| | | Самостійна робота | |
| | | 116 год. | 158 год. |
| Індивідуальні завдання: - | | | |
| Вид контролю: екзамен | | | |

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 64/116

для заочної форми навчання – 22/158

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни «Ринок природного каменю» є здобуття знань про сучасний стан каменедобувної та каменеобробної галузей в Україні та світі, основні види підприємств та їх маркетингову діяльність, основні аспекти товарообігу, проведення експертизи якості продукції з каменю та його основні аспекти транспортування.

Завданнями вивчення дисципліни є вивчення:

- класифікації природного каменю;
- структури кам'яного бізнесу на внутрішньому та світовому ринках;
- основних типів підприємств та їх діяльності;
- маркетингової діяльності у каменеобробній та каменевидобувній галузях;
- основних аспектів транспортування виробів з природного каменю;
- механізму проведення експертизи, критеріїв оцінки якості природного каменю та виробів з нього

Результатом вивчення дисципліни є набуття студентами таких **компетенцій**:

- вміння планувати підприємницьку діяльність;
- проведення маркетингових досліджень;
- діагностування якості блочної сировини та кам'яних виробів.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1

Тема № 1. Аналіз кам'яного ринку

Сучасний стан каменедобувної та каменеобробної галузей України та світу. Перспективи розвитку кам'яної галузі. Експорт та імпорт природного каменю.

Тема № 2. Основні види підприємств та їх діяльність

Поняття та види підприємств. Бізнес-план як основа створення підприємства.

Тема № 3. Маркетингова орієнтація підприємницької діяльності в кам'яному бізнесі

Процес управління маркетингом та його структура. Стимулювання торговельної діяльності у кам'яному бізнесі. Реклама – основний інструмент маркетингових технологій.

Модуль 2

Тема № 4. Основні види кам'яної продукції, вимоги до них та ціни

Торгові марки природного декоративного каменю та їх складові. Характеристика основних типів природного каменю та виробів з нього. Вимоги щодо якості продукції з природного каменю та ціни на них.

Тема № 5. Експертна оцінка виробів з природного каменю

Проведення експертизи продукції з природного каменю. Критерії оцінки якості природного каменю та виробів з нього.

Тема № 6. Транспортування кам'яної продукції

Основні аспекти транспортування продукції з природного каменю. Типи контейнерів для транспортування продукції з природного каменю. Методи кріплення продукції з природного каменю для подальшого транспортування.

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

| Кредитні модулі | Змістовні модулі | Кількість годин | | | |
|-----------------|--|-----------------|-----------|-----------|-------------------|
| | | Всього | Лекції | Практичні | Самостійна робота |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Модуль 1 | | | | | |
| № 1 | Тема № 1. Аналіз кам'яного ринку | 12 | 2 | 2 | 8 |
| | Тема № 2. Основні види підприємств та їх діяльність | 32 | 6 | 6 | 20 |
| | Тема № 3. Маркетингова орієнтація підприємницької діяльності в кам'яному бізнесі | 46 | 8 | 8 | 30 |
| | <i>Разом змістовий модуль 1</i> | 90 | 16 | 16 | 58 |
| Модуль 2 | | | | | |
| № 2 | Тема № 4. Основні види кам'яної продукції, вимоги до них та ціни | 32 | 6 | 6 | 20 |
| | Тема № 5. Експертна оцінка виробів з природного каменю | 26 | 4 | 4 | 18 |
| | Тема № 6. Транспортування кам'яної продукції | 32 | 6 | 6 | 20 |
| | <i>Разом змістовий модуль 2</i> | 90 | 16 | 16 | 58 |
| ВСЬОГО | | 180 | 32 | 32 | 116 |

5. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

| № | Назва теми | Кількість годин |
|--------------|---|-----------------|
| 1. | Вибір технологічної схеми обробки. Визначення потрібної кількості сировини. | 4 |
| 2. | Розрахунок процесу розпилювання блоків на плити-заготовки (штрипсове розпилювання). | 6 |
| 3. | Розрахунок процесу розпилювання блоків на плити-заготовки (алмазне дискове розпилювання). | 4 |
| 4. | Окантування плит-заготовок | 4 |
| 5. | Шліфування та полірування плит | 4 |
| 6. | Водопостачання і шламове господарство | 4 |
| 7. | Вибір внутрішньоцехового транспорту | 4 |
| 8. | Визначення складу і чисельності працівників | 4 |
| РАЗОМ | | 32 |

6. Завдання для самостійної роботи

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|--|-----------------|
| 1 | Виникнення та еволюція поняття „підприємництво”. | 2 |
| 2 | Основні функції підприємництва та комплексна характеристика його сучасної сутності. | 2 |
| 3 | Приватна власність як економічна основа підприємництва. | 2 |
| 4 | Ліцензування підприємницької діяльності. | 2 |
| 5 | Державна реєстрація підприємства. | 2 |
| 6 | Укладання засновницького договору та статуту. | 2 |
| 7 | Бізнес-план підприємства. | 2 |
| 8 | Основні етапи створення підприємства. | 2 |
| 9 | Патентування підприємницької діяльності. | 2 |
| 10 | Об’єктивна необхідність самоорганізації суб’єктів підприємництва. Етапи становлення громадських об’єднань підприємців в Україні. | 4 |
| 11 | Елементи моделі і концепція маркетингового менеджменту на підприємстві. | 4 |
| 12 | Необхідні заходи і проблеми впровадження маркетингового менеджменту в ринкових умовах. | 4 |
| 13 | Основні процедури процесу управління маркетингом підприємства. | 4 |
| 14 | Сутність, цілі, функції та завдання організаційних структур маркетингу. Рівні маркетингового управління. | 4 |
| 15 | Способи організації маркетингових структур. Способи організації маркетингових структур. | 2 |
| 16 | Сучасні тенденції розвитку організаційних структур маркетингу. | 2 |
| 17 | Принципи, алгоритм та вимоги створення маркетингових структур на підприємстві. | 2 |
| 18 | Поняття, принципи, функції і завдання маркетингового планування. | 2 |
| 19 | Система маркетингового планування. | 2 |
| 20 | Маркетинговий план: поняття, класифікація. Особливості маркетингового планування в різних організаціях. | 2 |
| 21 | Стратегія підприємства: сутність і класифікація. | 4 |
| 22 | Сутність і зміст стратегій маркетингу. | 2 |

| | |
|------|---|
| ЖДТУ | Міністерство освіти і науки України Житомирський державний технологічний університет |
|------|---|

| 1 | 2 | 3 |
|----|--|------------|
| 23 | Маркетингові стратегії малих підприємств. | 4 |
| 24 | Особливості стратегії зростання середніх підприємств. | 4 |
| 25 | Особливості стратегії зростання великих підприємств. | 4 |
| 26 | Маркетингове стратегічне планування: сутність, мета, завдання, значення та особливості. | 4 |
| 27 | Модель та етапи стратегічного планування маркетингу. | 4 |
| 28 | Стратегічний аналіз: сутність, завдання, функції, елементи та вимоги. | 4 |
| 29 | Склад і зміст робіт та методи стратегічного аналізу. | 4 |
| 30 | Сутність місії та її роль. Характеристика стратегічної місії підприємства. | 4 |
| 31 | Фази і процедури встановлення цілей. Узагальнені й початкові цілі. | 4 |
| 32 | Розробка, вибір та оцінка стратегії як етап стратегічного планування. | 4 |
| 33 | Поняття і основні розділи стратегічного плану. Розроблення стратегічного плану в підрозділах компанії. | 4 |
| 34 | Виконання стратегії як етап стратегічного планування. | 4 |
| 35 | Елементи системи стратегічного контролю. | 4 |
| 36 | Маркетинговий аудит: сутність, мета і його принципові характеристики. | 4 |
| 37 | Етапи і напрямки маркетингового аудиту. | 4 |
| | Разом | 116 |

7. Індивідуальні завдання

Не передбачені

8. Методи контролю

Перевірку та оцінювання знань студентів викладач проводить у наступних формах:

1. Опитування на заняттях.
2. Самостійні письмові роботи на 5-10 хв.
3. Оцінювання самостійної роботи студентів.
4. Виконання КМР.

| | |
|------|---|
| ЖДТУ | Міністерство освіти і науки України Житомирський державний технологічний університет |
|------|---|

9. Схема нарахування балів

| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | Сума |
|---|----|----|--------------------|----|----|------|
| Змістовий модуль 1 | | | Змістовий модуль 2 | | | 100 |
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | |
| 10 | 20 | 20 | 20 | 10 | 20 | |

T1, T2...T10 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою | |
|--|-------------|--|---------------|
| | | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | A | відмінно | зараховано |
| 82 – 89 | B | добре | |
| 74 – 81 | C | | |
| 64 – 73 | D | задовільно | |
| 60 – 63 | E | | |
| 35 – 59 | FX | незадовільно | не зараховано |
| 1 – 34 | F | | |

9. Рекомендована література

Основна література

1. Карасев Ю.Г. Природный камень. Добыча блочного и стенового камня: Учебное пособие / Ю.Г. Карасев, Н.Т. Бакка // СПб.: Санкт-Петербургский горный ин-т (технический университет), 1997. - 428 с.
2. Синельников О.Б. Природный облицовочный камень: Часть I. Облицовочные камни: Учебное пособие / О.Б. Синельников. – М.: МГГУ, 2000. – 362 с.
3. Бакка Н.Т. Облицовочный камень Геолого-промышленная и технологическая оценка месторождений: Справочник / Н.Т. Бакка, И.В. Ильченко. – М.: Недра, 1992. – 255 с.
4. Волуев И.В. Безотходная технология добычи и обработки блочного природного камня / Ю.И. Сычев, В.Р. Ткач. – М.: Недра, 1994. – 154 с.
5. Латыпов Д.В. Управление запасами и сбытом продукции в холдинговой компании по добыче и обработке природного камня. М.: Горный информационно-аналитический бюллетень, №3,2003.

6. Латыпов Д.В. Обоснование влияния факторов на ритмичность камнеобрабатывающего производства в рыночных условиях. М.: Горный информационно-аналитический бюллетень, №8,2003.

7. Федорин В.Ю. Маркетинг природного камня. Научно-методические разработки. М., 2001.

8. Федорин В.Ю. Основные тенденции развития мирового рынка природного камня. Сб. статей МКК-Холдинг: «Организация, управление и экономика добычи и переработки природных строительных материалов». М., 2001.

9. ГОСТ 4219-81. Материалы облицовочные из природного камня и блоки для их изготовления. Номенклатура показателей. М., "Изд-во стандартов, 1982.

10. ГОСТ 9480-89. Плиты облицовочные пиленные из природного камня. Технические условия. М., Изд-во стандартов, 1989.

11. ГОСТ 9479-84. Блоки из природного камня для производства облицовочных изделий. Технические условия. М., Изд-во стандартов, 1987.

12. ГОСТ 4.206-83. Строительство. Материалы стеновые каменные. Номенклатура показателей. М., Изд-во стандартов, 1988.

13. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник. - 3-тє вид., випрал. і допов. - К. : Знання-Прес, 2006. - 285 с.

14. Виноградська А.М. Основи підприємництва: Навч. Посібник – 2-е видання перероблене і доповнене. – К.: Кондор – 2005. – 544 с.

15. Розвиток підприємництва в Україні. – К.: Нора-друк, 2003. – 248 с.

16. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні. – К.: Вид-во «Політехніка», 2004. – 400 с.

17. Васильева Н. Игра на вымораживание // Бизнес. – 2005. – №23 (646). – С. 160-163.

18. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.

Допоміжна література

1. Афонин А.С. Вхождение в бизнес: Практическое руководство. – Киев: МАУП, 1994 – 48 с.

2. Бізнес від “А” до “Я”: Довідник / За ред. проф. С.В. Мочерного, О.М. Нагорного /. – Львів: Світ; Трансфер, 1993. – 200 с.

3. Дайновский Ю.А. 505 приемов бизнеса. Маркетинг, менеджмент, реклама, торговля производство, налоги, стимулирование труда. – Киев: А.С.К., 1998. – 272 с.

4. Дашков Л.П., Данилов А.И., Тютюкина Е.Б. Предпринимательство и бизнес: Учебное пособие. – Москва: Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 1995. – 304 с.

5. Иванов Ю.Б., Кравченко Ю.И., Хоменко М.М. Вступ до бізнесу. – Київ: Лібра, 1995. – 252 с.

| | |
|------|---|
| ЖДТУ | Міністерство освіти і науки України Житомирський державний технологічний університет |
|------|---|

6. Киселев А.П. Теория и практика современного бизнеса (или как создать фирму и работать на себя). – Киев: Либра, 1995. – 248 с.
7. Михайлов В.И. Азбука бизнеса (как начать свой бизнес). – С. Петербург: Союз, 1998. – 176 с.
8. Основи підприємництва і зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. За ред. В.А. Міщенка, – Київ: 1995. – 328 с.
9. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. Под ред. Ю.М. Осипова, – Москва: Ассоция “Гуманитарное знание”, 1992. – 432 с.
10. Основы предпринимательской деятельности. Под ред. В.М. Власовой. – Москва: Финансы и статистика, 1994. – 496 с.
11. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. – Київ: КНЕУ, 1998. – 352 с.
12. Приходько И.А. Молодому предпринимателю. – Москва: Молодая Гвардия, 1991. – 211 с.
13. Райзберг Б.Н. Предпринимательство и риск. – Москва: Знание, 1992. – 64 с.
14. Самоукин А.И., Шишов А.Л. Теория и практика бизнеса, 1992. – 320 с.
15. Санахметова Н.О. Правовий захист підприємництва в Україні: Навч. посібник. – Київ: Юрінком Інтер, 1999. – 336 с.
16. Хоскинг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие: Пер. с англ. – Москва: Международные отношения 1993. – 352 с.
17. Шпицнер Р. Азбука бизнесмена: Практ. пособие. – Минск: ООО “Мисанта”, 1994 – 200 с.
18. Энциклопедический словарь бизнесмена. Менеджмент, маркетинг, информатика. Под. ред. Молдованова В.И. – Киев: Техника, 1993. – 856 с.