

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор

з науково-педагогічної роботи

_____ А.В. Морозов

«_____» _____ 20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ОБРОБКА КАМЕНЮ І БІЗНЕС»

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
2018 – 2019 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 – 7	Галузь знань: 18 «Виробництво та технології»	За вибором студента	
Модулів – 2	Спеціальність: 184 «Гірництво»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	4-й
Загальна кількість годин - 252		Семестр	
		8-й	7-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 самостійної роботи студента - 7	Освітній рівень: «бакалавр»	28 год.	10 год.
		Практичні, семінарські	
		42 год.	8 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		182 год.	234 год.
		Індивідуальні завдання: ____год.	
Вид контролю: залік			

Примітка.

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

для денної форми навчання – 70/182

для заочної форми навчання – 18/234

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

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.

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

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Кредитні модулі	Змістовні модулі	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Практичні	Самостійна робота
1	2	3	4	5	6
№ 1	Модуль 1				
	Тема № 1. Аналіз кам'яного ринку	36	2	4	30
	Тема № 2. Основні види підприємств та їх діяльність	44	6	8	30
	Тема № 3. Маркетингова орієнтація підприємницької діяльності в кам'яному бізнесі	44	6	8	30
	Разом змістовий модуль 1	124	14	20	90
№ 2	Модуль 2				
	Тема № 4. Основні види кам'яної продукції, вимоги до них та ціни	40	4	6	30
	Тема № 5. Експертна оцінка виробів з природного каменю	42	4	8	30
	Тема № 6. Транспортування кам'яної продукції	46	6	8	32
	Разом змістовний модуль 2	128	14	22	92
	ВСЬОГО	252	28	42	182

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).	6
4.	Окантування плит-заготовок	6
5.	Шліфування та полірування плит	6
6.	Водопостачання і шламове господарство	6
7.	Вибір внутрішньоцехового транспорту	4
8.	Визначення складу і чисельності працівників	4
РАЗОМ		42

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

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Виникнення та еволюція поняття „підприємництво”.	4
2	Основні функції підприємництва та комплексна характеристика його сучасної сутності.	4
3	Приватна власність як економічна основа підприємництва.	4
4	Ліцензування підприємницької діяльності.	4
5	Державна реєстрація підприємства.	4
6	Укладання засновницького договору та статуту.	4
7	Бізнес-план підприємства.	4
8	Основні етапи створення підприємства.	4
9	Патентування підприємницької діяльності.	4
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.	4
16	Сучасні тенденції розвитку організаційних структур маркетингу.	4
17	Принципи, алгоритм та вимоги створення маркетингових структур на підприємстві.	4
18	Поняття, принципи, функції і завдання маркетингового планування.	4
19	Система маркетингового планування.	4
20	Маркетинговий план: поняття, класифікація. Особливості маркетингового планування в різних організаціях.	4
21	Стратегія підприємства: сутність і класифікація.	6
22	Сутність і зміст стратегій маркетингу.	6

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

1	2	3
23	Маркетингові стратегії малих підприємств.	6
24	Особливості стратегії зростання середніх підприємств.	6
25	Особливості стратегії зростання великих підприємств.	6
26	Маркетингове стратегічне планування: сутність, мета, завдання, значення та особливості.	6
27	Модель та етапи стратегічного планування маркетингу.	6
28	Стратегічний аналіз: сутність, завдання, функції, елементи та вимоги.	6
29	Склад і зміст робіт та методи стратегічного аналізу.	6
30	Сутність місії та її роль. Характеристика стратегічної місії підприємства.	6
31	Фази і процедури встановлення цілей. Узагальнені й початкові цілі.	6
32	Розробка, вибір та оцінка стратегії як етап стратегічного планування.	6
33	Поняття і основні розділи стратегічного плану. Розроблення стратегічного плану в підрозділах компанії.	6
34	Виконання стратегії як етап стратегічного планування.	6
35	Елементи системи стратегічного контролю.	6
36	Маркетинговий аудит: сутність, мета і його принципові характеристики.	6
37	Етапи і напрямки маркетингового аудиту.	6
	Разом	182

7. Індивідуальні завдання

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.: МГТУ, 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.І., Хоменко М.М. Вступ до бізнесу. – Київ: Лібра, 1995. – 252 с.

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. Саніахметова 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.