

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства освіти і науки,
молоді та спорту України
29 березня 2012 року № 384
(у редакції наказу Міністерства освіти і
науки України
від 05 червня 2013 року № 683)

Форма № Н - 3.04

Житомирський державний технологічний університет
(повне найменування вищого навчального закладу)

Кафедра розробки родовищ корисних копалин ім. проф. Бакка М.Т.

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри

д.геол.н. проф.Підвисоцький В.Т.

“ _____ ” _____ 20__ року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КАМІНЬ І БІЗНЕС

	(шифр і назва навчальної дисципліни)
напрямок підготовки	6.050301 “Гірництво”
	(шифр і назва напрямку підготовки)
галузь знань	0503 “Розробка родовищ корисних копалин”
	(шифр і назва галузі знань)
спеціальність	
	(шифр і назва спеціальності)
інститут, факультет, відділення	гірничо-екологічний
	(назва інституту, факультету, відділення)

Робоча програма з дисципліни “Камінь і бізнес” для студентів за напрямом підготовки 6.050301 «Гірництво».

«28» серпня 2014 року - 10 с.

Розробники:

Толкач О.М., доц., к.т.н.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри розробки родовищ корисних копалин ім. проф. Бакка М.Т.

Протокол №1 від «28» серпня 2014 року

Завідувач кафедри розробки родовищ корисних копалин ім. проф. Бакка М.Т.

д.г.н. проф. Підвисоцький В.Т. _____ «__» _____ 2014 року

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – <ul style="list-style-type: none"> • національні – 2; • ECTS – 3 	Галузь знань 0503 “Розробка родовищ корисних копалин”	За вибором студента	
	Напрямок підготовки 6.050301 “Гірництво”		
Модулів – 2	Спеціальність (професійне спрямування):	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання відсутнє		Семестр	
Загальна кількість годин – 108		8-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 год. самостійної роботи студента – 5 год.	Освітньо-кваліфікаційний рівень: <i>бакалавр</i>	Лекції	
		16 год.	
		Практичні, семінарські	
		16 год.	
		Лабораторні	
		Самостійна робота	
		76 год.	
Індивідуальні завдання:			
Вид контролю: <i>залік</i>			

Примітка.

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

для денної форми навчання – $32/76=0,42$;

2. Мета викладання дисципліни

Метою вивчення дисципліни є здобуття знань про стан каменедобувної та каменеобробної галузі в Україні та світі, формування підприємницьких структур, маркетингову діяльність в кам'яному бізнесі, основні аспекти товарообігу в кам'яному бізнесі.

Вивчивши цю дисципліну, студент повинен знати:

- класифікацію облицювального каменю;
- структуру кам'яного бізнесу на внутрішньому та світовому ринках;
- основні типи підприємницької діяльності у каменедобувній та каменеобробній галузях;
- маркетингову діяльність у сфері кам'яного бізнесу;
- основні аспекти товарообігу в кам'яному бізнесі.

Вивчивши цю дисципліну, студент повинен вміти:

- планувати підприємницьку діяльність;
- використовувати бізнес-планування в підприємницькій діяльності;
- проводити маркетингові дослідження;
- діагностувати якість блочної сировини та кам'яних виробів;
- використовувати методики практичних розрахунків продуктивності кар'єру, структур комплексної механізації, енергоємності різних методів розділення порід і витрати основних матеріалів із отриманням максимального економічного ефекту.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Підприємницькі структури

Тема 1. Аналіз кам'яного ринку

- 1.1. Аналіз стану каменедобувної та каменеобробної галузей світу
- 1.2. Аналіз стану каменедобувної та каменеобробної галузей України
- 1.3. Еволюція цін на ринку Європи

Тема 2. Формування підприємницьких структур

- 2.1. Основні поняття та види підприємств
- 2.2. Договірні відносини підприємств
- 2.3. Кадрова політика підприємств

Змістовий модуль 2. Маркетинг у кам'яному бізнесі

Тема 3. Бізнес-план як основа створення підприємства

- 3.1. Структура й обсяг бізнес-плану
- 3.2. План маркетингу та ціноутворення
- 3.3. Особливості використання бізнес-планування в підприємницькій діяльності
- 3.4. План виробництва
- 3.5. Зміст та принципи комерційного розрахунку

Тема 4. Маркетингова орієнтація підприємницької діяльності в кам'яному бізнесі

- 4.1. Структура маркетингу та процес управління маркетингом в кам'яному бізнесі

4.2. Стимулювання торгівельної діяльності в кам'яному бізнесі

4.3. Реклама як основний інструмент маркетингових технологій

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усьог	у тому числі				
		го	л	п	лаб	інд		с.р.	о	л	п	лаб
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Підприємницькі структури												
Тема 1. Аналіз кам'яного ринку	20	3	3			14						
Тема 2. Формування підприємницьких структур	34	5	5			24						
Разом за змістовим модулем 1	54	8	8			38						
Змістовий модуль 2. Маркетинг у кам'яному бізнесі												
Тема 3. Бізнес-план як основа створення підприємства	28	4	4			20						
Тема 4. Маркетингова орієнтація підприємницької діяльності в кам'яному бізнесі	26	4	4			18						
Разом за змістовим модулем 2	54	8	8			38						
Усього годин	108	16	16			76						

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Місце України у світовому кам'яному бізнесі	2
2	Основні етапи ціноутворення на кам'яну продукцію	2
3	Структура каменедобувних та каменеобробних підприємств	2
4	Договірні відносини між підприємствами	2
5	Використання бізнес-планування в підприємницькій діяльності	3
6	Структура маркетингу. Процес управління маркетингом в кам'яному бізнесі	3
7	Місце реклами у бізнесі	2
	Разом	16

6. Самостійна робота

№ 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.	3
11	Елементи моделі і концепція маркетингового менеджменту на підприємстві.	2
12	Необхідні заходи і проблеми впровадження маркетингового менеджменту в ринкових умовах.	2
13	Основні процедури процесу управління маркетингом підприємства.	2
14	Сутність, цілі, функції та завдання організаційних структур маркетингу. Рівні маркетингового управління.	2

1	2	3
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.	2
22	Сутність і зміст стратегій маркетингу.	2
23	Маркетингові стратегії малих підприємств.	2
24	Особливості стратегії зростання середніх підприємств.	2
25	Особливості стратегії зростання великих підприємств.	2
26	Маркетингове стратегічне планування: сутність, мета, завдання, значення та особливості.	2
27	Модель та етапи стратегічного планування маркетингу.	2
28	Стратегічний аналіз: сутність, завдання, функції, елементи та вимоги.	2
29	Склад і зміст робіт та методи стратегічного аналізу.	2
30	Сутність місії та її роль. Характеристика стратегічної місії підприємства.	2
31	Фази і процедури встановлення цілей. Узагальнені й початкові цілі.	2
32	Розробка, вибір та оцінка стратегії як етап стратегічного планування.	2
33	Поняття і основні розділи стратегічного плану. Розроблення стратегічного плану в підрозділах компанії.	3
34	Виконання стратегії як етап стратегічного планування.	2
35	Елементи системи стратегічного контролю.	2
36	Маркетинговий аудит: сутність, мета і його принципові характеристики.	2
37	Етапи і напрямки маркетингового аудиту.	2
	Разом	76

7. Методи навчання

При вивченні дисципліни рекомендується використовувати такі методи навчання:

1. При проведенні лекційних занять доцільно використовувати словесні методи навчання: пояснення, розповідь, бесіда, навчальна дискусія з поєднанням наочних методів навчання: ілюстрування, демонстрування.

2. При проведенні практичних робіт доцільно використовувати такий словесний метод навчання як інструктаж з поєднанням наочних методів навчання – ілюстрування та демонстрування.

8. Методи контролю

При вивченні дисципліни рекомендується використовувати такі методи і форми контролю:

1. Для контролю засвоєння лекційного матеріалу: письмові модульні контрольні роботи; поточне тестування; оцінка за індивідуальне навчальне завдання; підсумковий усний екзамен (залік).

2. Для контролю і оцінювання практичних робіт: практична перевірка і оцінювання кожної роботи.

Метод контролю та критерії його оцінювання	Кількість балів
– повна відповідь на всі запитання	100%
– повна відповідь на всі запитання, крім одного, на яке дана часткова відповідь	80-90%
– на одне запитання відповідь відсутня	70%
– на два запитання відповідь відсутня	50-60%
– дана відповідь лише на 1 запитання	20-30%
– незадовільні відповіді на всі запитання	0

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота					Сума
ЗМ1					
T1	T2	T3	T4	T5	100
20	20	20	20	20	

ЗМ1 – змістовний модуль.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За національною шкалою		За шкалою ЖДТУ (в балах)
	іспит	залік	
A	відмінно	зараховано	90 - 100
B	добре		82 – 89
C			74 – 81
D			64 – 73
E	задовільно		60 – 63
FX	незадовільно	незараховано	35 – 59
F			1 – 34

10. Методичне забезпечення

1. Типова програма навчальної дисципліни або тимчасова типова програма навчальної дисципліни.
2. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни.
3. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів.
4. Перелік запитань для тестової перевірки знань (контрольної роботи).
5. Перелік запитань для підготовки до заліку.
6. Інше методичне забезпечення (використовується на розсуд викладача).

11. Рекомендована 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.

12. Інформаційні ресурси

- 1. <http://geo.web.ru>**
- 2. <http://www.twirpx.com>**
- 3.** Бібліотечно-інформаційний ресурс (книжковий фонд, періодика, фонди на електронних носіях тощо) бібліотеки ЖДТУ, Житомирської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. Олега Ольжича (<http://www.lib.zt.ua/>, 10014, м. Житомир, Новий бульвар, (0412) 37-84-33), Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського (<http://www.nbuv.gov.ua/>, Київ, просп. 40-річчя Жовтня, 3 +380 (44) 525-81-04) та інших бібліотек .
- 4.** Інституційний репозитарій ЖДТУ (наукові статті, автореферати дисертацій та дисертації, навчальні матеріали, студентські роботи, матеріали конференцій, патенти, комп'ютерні програми, статистичні матеріали, навчальні об'єкти, наукові звіти).