Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: ПАНОВ Юрий Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.11.2023 14:54:11
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)

Аннотация дисциплины (модуля)

Маркетинг минерального сырья

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	**Производственного и финансового менеджмента**
Учебный план	zb380302_23_ZMO23.plx Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Общая трудоёмкость	4 ЗЕТ
Форма обучения	**заочная**
Программу составил(и):	Доктор экономических наук, Профессор кафедры производственного и финансового менеджмента , Назарова З.М.
Семестр(ы) изучения	4;

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
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 В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Обучение по программе бакалавриата допускается в заочной форме при получении лицами второго или последующего высшего образования
2.1.2	Экономическая теория
2.1.3	Экономика предприятия
2.1.4	Стратегический менеджмент
2.1.5	Маркетинг
2.1.6	Бизнес-планирование
2.1.7	Корпоративные финансы
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Государственная итоговая аттестация (выполнение и защита выпускной квалификационной работы)

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

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

Знать:
маркетинг и основы ценообразования
основные маркетинговые подходы к формированию цены на минеральное сырье, как товара, методику расчета и виды цен на минеральное сырье
Уметь:
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
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:
умением осуществлять расчет цен на товары, работы, услуги с учетом соответствующих коэффициентов и нормативов
формирования спроса и стимулирования сбыта на минеральное сырье, расчета цены на минеральное сырье, оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии МСК

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
работы ведущих представителей основных направлений экономической науки, методы оценки экономических решений в различных областях жизнедеятельности	
маркетинг и основы ценообразования	
3.2	**Уметь:**
характеризовать статику и динамику внешней среды, собирая и анализируя исходные данные для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	
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	
3.3	**Владеть:**
финансовой грамотностью при принятии конкурентоспособных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	
умением осуществлять расчет цен на товары, работы, услуги с учетом соответствующих коэффициентов и нормативов	