

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 08.05.2024 18:25:00  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Высшая школа управления**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МАРКЕТИНГ В УПРАВЛЕНИИ НЕДВИЖИМОСТИ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **ДЕВЕЛОПМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТЬЮ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг в управлении недвижимостью» входит в программу магистратуры «Девелопмент и управление недвижимостью» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 6 разделов и 36 тем и направлена на изучение исследований сущности и объектов рынка недвижимости; выявления специфики маркетинга объектов недвижимости.

Целью освоения дисциплины является формирование профессиональных знаний в области построения эффективной системы маркетинга в сфере недвижимости.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг в управлении недвижимостью» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения;
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.	ОПК-3.1 Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды; ОПК-3.2 Принимает обоснованные организационно-управленческие решения; ОПК-3.3 Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений; ОПК-3.4 Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;
ПК-1	Способен управлять эффективностью инвестиционного проекта в	ПК-1.1 Определяет операции и их последовательность для реализации инвестиционного проекта;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	области девелопмента	
ПК-2	Способен оценить бизнес-возможности организации, необходимые для проведения стратегических изменений в организации	ПК-2.1 Умеет выявлять, анализировать и оценивать несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг в управлении недвижимостью» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг в управлении недвижимостью».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Научно-исследовательская работа; Финансы девелоперской организации; Правовое регулирование отношений в сфере недвижимости и правовое сопровождение проектов девелопмента; Информационные системы в управлении бизнесом; Управленческая экономика; Менеджмент в сфере недвижимости; Теория организации управления;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; <i>Качество в управлении проектами: саморегулирование, стандарты, экспертизы**;</i> <i>Риэлтерская деятельность в девелопменте недвижимости**;</i> Основы сметного дела и проектно-сметного аудита; Управление проектами в инвестиционно-строительной деятельности и недвижимости; Управление инвестициями и инвестиционный анализ; <i>Экономическая оценка проектов и экспертиза проектно-сметной документации**;</i> <i>Оценка недвижимости**;</i>
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Финансы девелоперской организации; Теория организации управления;	Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их	Научно-исследовательская работа; Теория организации управления; Финансы девелоперской организации;	Преддипломная практика; Научно-исследовательская работа;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.		
ПК-1	Способен управлять эффективностью инвестиционного проекта в области девелопмента	Научно-исследовательская работа; Финансы девелоперской организации; Информационные системы в управлении бизнесом; Правовое регулирование отношений в сфере недвижимости и правовое сопровождение проектов девелопмента;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Управление проектами в инвестиционно-строительной деятельности и недвижимости; <i>Управление инженерной инфраструктурой**</i> ; <i>Эксплуатация недвижимости: различия и подходы для жилой и коммерческой**</i> ; <i>Качество в управлении проектами: саморегулирование, стандарты, экспертизы**</i> ; <i>Риэлтерская деятельность в девелопменте недвижимости**</i> ; Управление инвестициями и инвестиционный анализ;
ПК-2	Способен оценить бизнес-возможности организации, необходимые для проведения стратегических изменений в организации	Финансы девелоперской организации; Информационные системы в управлении бизнесом; Научно-исследовательская работа;	<i>Эксплуатация недвижимости: различия и подходы для жилой и коммерческой**</i> ; Основы сметного дела и проектно-сметного аудита; <i>Экономическая оценка проектов и экспертиза проектно-сметной документации**</i> ; <i>Оценка недвижимости**</i> ; <i>Управление инженерной инфраструктурой**</i> ; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в управлении недвижимостью» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	54		54
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36		36
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	54		54
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Маркетинг недвижимости: понятие, сущность	1.1	Понятие и сущность маркетинга в сфере недвижимости.	ЛК, СЗ
		1.2	Цели и задачи маркетинга недвижимости	ЛК, СЗ
		1.3	Характеристика объектов недвижимости.	ЛК, СЗ
		1.4	Основные понятия, особенности и проблемы формирования рынка недвижимости.	ЛК, СЗ
		1.5	Классификация объектов недвижимости.	ЛК, СЗ
		1.6	Структура и сегментация рынка жилья	ЛК, СЗ
Раздел 2	Маркетинговые исследования рынка недвижимости	2.1	Сущность маркетингового исследования.	ЛК, СЗ
		2.2	Разновидность маркетинговых исследований, их классификации	ЛК, СЗ
		2.3	Качественное исследование.	ЛК, СЗ
		2.4	Количественное исследование.	ЛК, СЗ
		2.5	Методики.	ЛК, СЗ
		2.6	Процесс маркетингового исследования.	ЛК, СЗ
		2.7	Изучение покупателей недвижимости.	ЛК, СЗ
		2.8	Анализ конкуренции на рынке недвижимости.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Поведение потребителей.	3.1	Моделирование поведения покупателей на рынке недвижимости.	ЛК, СЗ
		3.2	Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей	ЛК, СЗ
		3.3	Внешние факторы.	ЛК, СЗ
		3.4	Личностные факторы.	ЛК, СЗ
		3.5	Психологические факторы.	ЛК, СЗ
		3.6	Процесс принятия решения о покупке.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Ценовая политика	4.1	Оценка недвижимости.	ЛК, СЗ
		4.2	Оценка городских объектов недвижимости.	ЛК, СЗ
		4.3	Организация деятельности, по оценке объектов недвижимости	ЛК, СЗ
		4.4	Методические подходы к оценке рыночной стоимости объектов недвижимости	ЛК, СЗ
		4.5	Ценовая политика фирмы	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			на рынке недвижимости	
Раздел 5	Реклама недвижимости	5.1	Сущность рекламной деятельности.	ЛК, СЗ
		5.2	Особенности рекламной деятельности на рынке недвижимости	ЛК, СЗ
		5.3	Классификация рекламы по видам рекламоносителей, характеру воздействия на целевую аудиторию, субъекту рекламной деятельности, охватываемой территории.	ЛК, СЗ
		5.4	Характеристика рекламных носителей: пресса, радио, телевидение, наружная реклама.	ЛК, СЗ
		5.5	Их преимущества и недостатки.	ЛК, СЗ
		5.6	7 Рекламная компания в Интернете.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Стимулирование продаж. Персональные продажи	6.1	Методы стимулирования продаж.	ЛК, СЗ
		6.2	Стимулирование потребителей.	ЛК, СЗ
		6.3	Стимулирование риэлторов	ЛК, СЗ
		6.4	Современные проблемы стимулирования продаж в маркетинге недвижимости.	ЛК, СЗ
		6.5	Персональные продажи на рынке недвижимости.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Проектор и ноутбук
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего	Проектор и ноутбук

	контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: практикум: учеб. пособие / И.Л. Акулич. – Минск: Выш. школа, 2003. – 253 с.
2. Вирский, Е.А. Маркетинг: методы активного обучения студентов: учебно-метод. пособие/Е.А. Вирский, А.Ю. Побединская.– Минск: ЗАО «Веды», 2003. – 264 с.
  - Горемыкин. В. А. Экономика недвижимости: учебник для студ. эконом. спец. вузов. – М.: Высш. шк., 2008. – 830с.
  - Зеллер, Д. Как стать успешным агентом по недвижимости / Дирк Зеллер; пер с англ. – М.: ООО «Вильям», 2008. – 352с. (Сер. «Для чайников»).
  - Кийосаки, Р. Инвестиции в недвижимость. Университет Д. Трампа / Роберт Кийосаки. – Минск: Поппури, 2010. – 496с.
  - Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд.; пер. с англ. / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2006. – 464с. (Сер. «Деловой бестселлер») /Электронный ресурс/ 11
  - Лавров, С.Н. Основы маркетинга промышленных объектов / С.Н. Лавров, С.Ю. Злобин. – М.: Внешторгиздат, 1990. – 216с.
  - Маркетинг в строительстве / Под ред. И.С. Степанова. В.Я. Шайтанова. – М.: Юрайт-М, 2001. – 344с.
  - Маркетинг: энциклопедия / Под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200с. (Сер. «Бизнес-книга»). /Электронный ресурс/ 23. Марченко, А. В. Экономика и управление недвижимостью / А.В. Марченко; уч. пос.; 3-е изд. – Ростов/н /Д.: Феникс. 2010. – 400с.
  - Маховикова, Г.А. Экономика недвижимости: уч. пос. / Г.А. Маховикова, Т.Г. Касьяненко. – М.: КНОРУС, 2009. – 304с.

### Дополнительная литература:

1. Мировой рынок недвижимости: города, тренды, цены.–М.: ЭКМО, 2008.– 244с.
2. Мурзин, А.Д. Недвижимость: экономика, оценка и девелопмент / А.Д. Мурзин. – Ростов/н/Д.: Феникс, 2013. – 382с.
  - Каменецкий, М. И. Ипотечное кредитование на рынке жилья (народнохозяйственный и региональный аспекты) / М.И. Каменецкий, Л.В. Донцова. С.М. Печатникова. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 272с.
  - Кеворков В.В. Практикум по маркетингу: уч. пос. / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2008. – 544с. (Главы 2,3).
  - Макэлрой, К. Управление недвижимостью / Кен Макэлрой; пер. с англ. – Минск: Поппури, 2010. – 176с. (Сер. «Богатый папа рекомендует»). 3 0. Крэнделл, Р. 1001 способ успешного маркетинга.../Пер. с англ.; Рик Крэнделл. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 496с.



- Панкрухин, А. П. Маркетинг: учеб. /А.П. Панкрухин. – М.:ИКФ ОмегаЛ, 2002. – 656с. (Глава 14). 32. Парусова, Г. В. Секреты ризлторского мастерства / Г.В. Парусова. – 5- е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 221с. (Сер. «Вершина успеха»).

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг в управлении недвижимостью».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг в управлении недвижимостью» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Репина Анастасия Сергеевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	--

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> Доцент <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
---------------------------------------	----------------------	---