

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 21.05.2025 12:42:43  
Уникальный программный ключ:  
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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)

**2025 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 Вечерне-заочное отделение ВШУ. Дисциплина состоит из 9 разделов и 18 тем и направлена на изучение специфики маркетинговой деятельности в сфере высокотехнологичных отраслей, характеризующихся быстрым развитием, инновационными продуктами и высокой степенью неопределенности.

Целью освоения дисциплины является - приобретение студентами знания концептуальных подходов к проведению маркетинговых исследований; - освоение студентами методов сбора и анализа маркетинговой информации; - приобретение студентами умения практически планировать и проводить маркетинговые исследования рынка, интерпретировать их результаты; - овладение понятием отраслевого рынка и подходами к определению границ отраслевого рынка.

## 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<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1  | Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий                                                                              | УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;<br>УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;<br>УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;<br>УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;<br>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;<br>УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей;<br>УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи;<br>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 | ОПК-3.1 Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды;<br>ОПК-3.2 Принимает обоснованные организационно-управленческие решения;<br>ОПК-3.3 Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений;<br>ОПК-3.4 Обеспечивает реализацию организационно-                                                                                                                                                                                                                      |

| Шифр | Компетенция                                                                                                        | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                            |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.                                                         | управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;                                 |
| ПК-1 | Способен управлять эффективностью инвестиционного проекта в области девелопмента                                   | ПК-1.1 Определяет операции и их последовательность для реализации инвестиционного проекта;                                   |
| 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, вырабатывать стратегию действий | Научно-исследовательская работа;<br>Финансы девелоперской организации;<br>Правовое регулирование отношений в сфере недвижимости и правовое сопровождение проектов девелопмента;<br>Информационные системы в управлении бизнесом;<br>Управленческая экономика;<br>Менеджмент в сфере недвижимости;<br>Теория организации управления; | Научно-исследовательская работа;<br>Преддипломная практика;<br>Управление инвестициями и инвестиционный анализ;<br>Экономическая оценка проектов и экспертиза проектно-сметной документации**;<br>Оценка недвижимости**;<br>Качество в управлении проектами:<br>саморегулирование, стандарты, экспертизы**;<br>Риэлтерская деятельность в девелопменте недвижимости**;<br>Основы сметного дела и проектно-сметного аудита;<br>Управление проектами в инвестиционно-строительной деятельности и недвижимости; |
| УК-6 | Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на                           | Финансы девелоперской организации;<br>Теория организации управления;                                                                                                                                                                                                                                                                | Преддипломная практика;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

| Шифр  | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                                                  | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                      | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | основе самооценки.                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 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. | Научно-исследовательская работа;<br>Финансы девелоперской организации;<br>Теория организации управления;                                                                                                                         | Преддипломная практика;<br>Научно-исследовательская работа;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ПК-1  | Способен управлять эффективностью инвестиционного проекта в области девелопмента                                                                                                                                                                                          | Финансы девелоперской организации;<br>Информационные системы в управлении бизнесом;<br>Правовое регулирование отношений в сфере недвижимости и правовое сопровождение проектов девелопмента;<br>Научно-исследовательская работа; | Научно-исследовательская работа;<br>Преддипломная практика;<br>Управление проектами в инвестиционно-строительной деятельности и недвижимости;<br><i>Управление инженерной инфраструктурой**</i> ;<br><i>Эксплуатация недвижимости: различия и подходы для жилой и коммерческой**</i> ;<br><i>Качество в управлении проектами: саморегулирование, стандарты, экспертизы**</i> ;<br><i>Риэлтерская деятельность в девелопменте недвижимости**</i> ;<br>Управление инвестициями и инвестиционный анализ; |
| ПК-2  | Способен оценить бизнес-возможности организации, необходимые для проведения стратегических изменений в организации                                                                                                                                                        | Научно-исследовательская работа;<br>Финансы девелоперской организации;<br>Информационные системы в управлении бизнесом;                                                                                                          | <i>Эксплуатация недвижимости: различия и подходы для жилой и коммерческой**</i> ;<br>Основы сметного дела и проектно-сметного аудита;<br><i>Экономическая оценка проектов и экспертиза проектно-сметной документации**</i> ;<br><i>Оценка недвижимости**</i> ;<br><i>Управление инженерной инфраструктурой**</i> ;<br>Научно-исследовательская работа;<br>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           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 54           |     | 54          |
| Лекции (ЛК)                               | 18           |     | 18          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |     | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 36           |     | 36          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 54           |     | 54          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 0            |     | 0           |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.        | 108 | 108         |
|                                           | зач.ед.      | 3   | 3           |

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

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч. |     | Семестр(-ы) |    |
|-------------------------------------------|--------------|-----|-------------|----|
|                                           |              |     | 3           | 4  |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 18           |     | 14          | 4  |
| Лекции (ЛК)                               | 6            |     | 6           | 0  |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |     | 0           | 0  |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 12           |     | 8           | 4  |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 77           |     | 49          | 28 |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 13           |     | 9           | 4  |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.        | 108 | 72          | 36 |
|                                           | зач.ед.      | 3   | 2           | 1  |

## 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      | Отраслевой рынок: понятие, сущность, субъекты.                                                  | 1.1                       | Понятийный аппарат отраслевой экономики. Определение границ отраслевого рынка. Видеотраслевых рынков.                                                                                                                            | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                                                 | 1.2                       | Определение структуры отраслевого рынка, уровень концентрации на отраслевом рынке. Стратегические и нестратегические барьеры входа на отраслевой рынок.                                                                          | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Дифференцированный отраслевой рынок.                                                            | 2.1                       | Понятие дифференцированного продукта: предпосылки и необходимость дифференциации продукта.                                                                                                                                       | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                                                 | 2.2                       | Объемный, ограниченный, специализированный, фрагментарный отраслевой рынок. Бренд как высшая форма дифференциации на отраслевом рынке.                                                                                           | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований. | 3.1                       | Цели и задачи маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Принципы проведения маркетинговых исследований.                                                                                       | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                                                 | 3.2                       | Классификация маркетинговых исследований. Этапы планирования и проведения маркетинговых исследований. Способы проведения маркетинговых исследований (самостоятельное и с привлечением маркетинговых исследовательских агентств). | ЛК, СЗ              |
| Раздел 4      | Исследование внешней маркетинговой среды. Анализ макросреды.                                    | 4.1                       | Среда как объект исследования. Понятия макросреды и микросреды компании                                                                                                                                                          | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                                                 | 4.2                       | Основные факторы макросреды (политико-правовые, экономические, социокультурные, технологические). Методы исследования макросреды. PEST- анализ. Определение емкости рынка.                                                       | ЛК, СЗ              |
| Раздел 5      | Исследование конкурентной среды.                                                                | 5.1                       | Основные составляющие внешней микросреды компании. Пятифакторная модель конкурентных сил М. Портера. Матрица комплексного анализа делового окружения компании на b2b рынке на уровне макросреды и на уровне отрасли.             | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                                                 | 5.2                       | Основные методы исследования конкурентной среды, источники и методы получения информации о конкурентах.                                                                                                                          | ЛК, СЗ              |
| Раздел 6      | Исследование потребителей (клиентов).                                                           | 6.1                       | Цель исследования потребителей (клиентов). Сегментация рынка. Признаки сегментации потребительского рынка (географический, социально- демографический, психографический, поведенческий признаки).                                | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                                                 | 6.2                       | Особенности потребителей и сегментации b2b рынка, используемые признаки сегментации. Методы сегментации потребителей.                                                                                                            | ЛК, СЗ              |
| Раздел 7      | Основные виды и источники маркетинговой информации. Методы сбора информации.                    | 7.1                       | Кабинетные и полевые исследования. Внутрифирменная и вторичная информация. Источники вторичной информации. Преимущества и недостатки использования вторичных данных.                                                             | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                                                 | 7.2                       | Цель и особенности проведения полевых исследований. Качественные и количественные                                                                                                                                                | ЛК, СЗ              |

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины           | Содержание раздела (темы) |                                                                                                                                                                                                        | Вид учебной работы* |
|---------------|-------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|               |                                           |                           | методы сбора данных.                                                                                                                                                                                   |                     |
| Раздел 8      | Количественные исследования в маркетинге. | 8.1                       | Характеристика количественных маркетинговых исследований. Панельные и трекинг-исследования, цели, особенности организации. Методы количественных исследований (наблюдение, анкетирование).             | ЛК, СЗ              |
|               |                                           | 8.2                       | Разработка анкеты, проведение анкетирования. Определение выборки, типы выборки. Проблемы использования количественных методов маркетинговых исследований на b2b рынках.                                | ЛК, СЗ              |
| Раздел 9      | Качественные маркетинговые исследования.  | 9.1                       | Характеристики качественных маркетинговых исследований. Фокус-группа и глубинное интервью: цели проведения, особенности проведения, слабые места и недостатки исследований, интерпретация результатов. | ЛК, СЗ              |
|               |                                           | 9.2                       | Особенности применения качественных исследований на b2b рынках. Экспертные методы качественных исследований: экспертный опрос, метод Делфи.                                                            | 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 контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Проектор и ноутбук                                                                                               |
| 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. Гровер, Р. ... Управление недвижимостью. Международный учебный курс : учебник для вузов / Р. ... Гровер, М. М. Соловьев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 347 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08197-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561274>

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560612>

### *Дополнительная литература:*

1. Толстова, И. А. Организационные, экономические и правовые особенности управления жизненным циклом объекта недвижимости : монография / И. А. Толстова, А. А. Артемьев, И. А. Лепехин. — Тверь : ТвГТУ, 2024. — 184 с.

2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559733>

### *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.elsevierscience.ru/products/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!**



**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Диесперова Наталья  
Александровна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Зав.кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Островская Анна  
Александровна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Зав.кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Островская Анна  
Александровна

*Фамилия И.О.*