

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Основы маркетинга в недвижимости

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является: получение обучающимися знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга на рынке недвижимости.

Задачами изучения дисциплины являются:

- усвоение основных понятий в области маркетинговой деятельности;
- организация проведения маркетинговых исследований на рынке недвижимости;
- разработка и внедрение комплекса маркетинга в недвижимости;
- анализ и оценка маркетинговой деятельности по разработке стратегии и тактики маркетинга строительной организации.

2. Структура дисциплины

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетных единицы

2.2 Основные разделы дисциплины:

- 1 – Место маркетинга в предпринимательской деятельности на рынке недвижимости.
- 2 – Окружающая среда маркетинга.
- 3– Маркетинговые исследования на рынках недвижимости.
- 4 – Сегментирование рынка недвижимости.
- 5 – Комплекс маркетинга в сфере недвижимости: товар, цена, распределение, продвижение.
- 6 – Управление маркетингом на рынках недвижимости.

3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-22 - способность к разработке мероприятий повышения инвестиционной привлекательности объектов строительства и жилищно-коммунального хозяйства;

ПК-25* - способность оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (бизнеса).

4. Вид промежуточной аттестации: экзамен.