

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Структурное подразделение «Экспертиза и управление недвижимостью»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №6 от 06 марта 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«МАРКЕТИНГ НЕДВИЖИМОСТИ»

Направление: 21.03.02 Землеустройство и кадастры

Кадастр недвижимости

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой
электронной подписью
Составитель программы:
Изнава Вероника Алексеевна
Дата подписания: 25.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Утвердил: Пешков Виталий
Владимирович
Дата подписания: 30.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Согласовал: Кудрявцева Вера
Александровна
Дата подписания: 27.06.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Маркетинг недвижимости» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ПКС-3 Способность определять кадастровую и другие виды стоимостей земельных ресурсов и иных объектов недвижимости	ПКС-3.7

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ПКС-3.7	Способен сегментировать рынок недвижимости; проводить маркетинговые исследования рынка недвижимости	Знать теоретические основы функционирования рынка недвижимости; основные специфические характеристики и системы классификации объектов недвижимости, особенности поведения потребителей и факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей; ключевые понятия и цели системы маркетинга в сфере недвижимости. Уметь сегментировать рынок недвижимости; проводить маркетинговые исследования рынка недвижимости Владеть методами продвижения и управления сбытом на рынке недвижимости

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Маркетинг недвижимости» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: Нет

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Кадастровая оценка земли», «Экономика недвижимости»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	48	48

лекции	16	16
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	32	32
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	60	60
Трудоемкость промежуточной аттестации	0	0
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Зачет	Зачет

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 4

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.	
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Социальные основы маркетинга	1	4			1	2	2	6	Устный опрос
2	Рынок недвижимости и особенности его функционирования.	2	4			2, 3	10			Устный опрос
3	Сегментирование рынка недвижимости. Специфические характеристики объектов недвижимости.	3	4			4, 5	12	3	18	Устный опрос
4	Поведение потребителей. Ценовая политика.	4	2			6	6	1, 4	36	Устный опрос
5	Продвижение товаров и управление сбытом на рынке недвижимости	5	2			7	2			Устный опрос
	Промежуточная аттестация									Зачет
	Всего		16				32		60	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 4

№	Тема	Краткое содержание
1	Социальные основы маркетинга	Что такое маркетинг: ключевые понятия. Концепции управления маркетингом.

		Цели системы маркетинга. Маркетинг в сфере недвижимости
2	Рынок недвижимости и особенности его функционирования.	Понятие о рынке недвижимости. Особенности и проблемы формирования рынка недвижимости. Характеристики и типы рынков, внешняя и внутренняя среда, факторы, воздействующие на рынок недвижимости. Участники рынка, конкуренция. Маркетинговые исследования на рынке недвижимости.
3	Сегментирование рынка недвижимости. Специфические характеристики объектов недвижимости.	Классификации объектов недвижимости. Структура и сегментации рынка недвижимости. Специфические черты позиционирования объектов недвижимости
4	Поведение потребителей. Ценовая политика.	Моделирование поведения покупателей на рынке недвижимости. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей. Внешние факторы. Личностные факторы. Психологические факторы. Процесс принятия решения о покупке. Оценка недвижимости. Оценка городских объектов недвижимости. Организация деятельности по оценке объектов недвижимости. Ценовая политика фирмы на рынке недвижимости.
5	Продвижение товаров и управление сбытом на рынке недвижимости	Политика сбыта объектов недвижимости. Методы распространения товаров: каналы распределения. Продвижение товаров: реклама, стимулирование продаж, управление сбытом

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 4

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Ключевые понятия маркетинга.	2
2	Сущность объектов недвижимости. Свойства недвижимости как товара	4
3	Основные понятия, особенности и проблемы формирования рынка недвижимости	6
4	Виды, классы, объемно-планировочные и конструктивные решения объектов недвижимости	8
5	Классификации объектов недвижимости и сегментирование рынка недвижимости	4
6	Факторы, влияющие на формирования потребительского спроса на рынке недвижимости	6

7	Каналы распределения и продвижение товаров на рынке недвижимости	2
---	--	---

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 4

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	16
2	Подготовка к зачёту	6
3	Подготовка к практическим занятиям (лабораторным работам)	18
4	Проработка разделов теоретического материала	20

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Деловая игра

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Семейкина Н.М. «Методические указания по проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине Маркетинг недвижимости» [Электронный ресурс] / Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2018. - 9с.

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Семейкина Н.М. «Методические указания по самостоятельной работе обучающихся по дисциплине Маркетинг недвижимости» [Электронный ресурс] / Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2018.

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 4 | Устный опрос

Описание процедуры.

Преподаватель задает вопросы обучающемуся по пройденному материалу.

Критерии оценивания.

Обучающийся способен произвести анализ полученной в ходе лекционных и практических занятий информации и продемонстрировать способность применять свои знания на практике.

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ПКС-3.7	Исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает теоретический материал, свободно справляется с задачами, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, демонстрирует разносторонние навыки и приемы выполнения практических задач	Устное собеседование и/или решение практических задач и/или тестирование

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 4, Типовые оценочные средства для проведения зачета по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

В ходе проведения текущей аттестации студент демонстрирует разносторонние навыки и приемы выполнения практических задач. Зачет проходит в устной форме по билетам, включающим три вопроса. На подготовку дается 30 минут. После этого студент отвечает на вопросы. Для объективного оценивания знаний студентам могут быть заданы дополнительные вопросы по темам курса.

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Зачтено	Не зачтено
Исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает теоретический материал, свободно справляется с задачами, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, демонстрирует разносторонние навыки и приемы выполнения практических задач	Испытывает непреодолимое затруднение в изложении теоретического материала, не справляется с задачами, затрудняется с ответом при видоизменении заданий, неправильно обосновывает принятое решение, демонстрирует отсутствие навыков и приемов выполнения практических задач

7 Основная учебная литература

1. Маркетинг в строительстве : учеб. для вузов по специальностям "Экономика и упр. на предприятии", "Маркетинг" / В. В. Волков [и др.], 2003. - 343.

2. Гусева М. Н. Маркетинг в строительстве : учебное пособие для студентов специальности "Менеджмент организации" - 080507 специализации "Управление бизнесом в строительстве" / М. Н. Гусева, И. З. Коготкова, 2011. - 318.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Котлер Филип. Основы маркетинга / Филип Котлер ; пер. с англ. В. Б. Боброва, 1995. - 700.

2. Котлер Филип. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : [Пер. с англ.] / Филип Котлер, 2003. - 219.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Лицензионное программное обеспечение Системное программное обеспечение
2. Лицензионное программное обеспечение Пакет прикладных офисных программ
3. Лицензионное программное обеспечение Интернет-браузер

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: комплект учебной мебели, рабочее место преподавателя, доска. Мультимедийное оборудование (в том числе переносное): мультимедийный проектор, экран, акустическая система, компьютер с выходом в интернет.

2. Учебная аудитория для проведения лабораторных/практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: комплект учебной мебели, рабочее место преподавателя, доска. Мультимедийное оборудование (в том числе переносное): мультимедийный проектор, экран, акустическая система, компьютер с выходом в интернет.