

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 (137)»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №6 от 11 марта 2026 г.

Рабочая программа дисциплины
«МАРКЕТИНГ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ»

Направление: 08.04.01 Строительство

Новые технологии в проектировании, строительстве и ценообразовании

Квалификация: Магистр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой
электронной подписью
Составитель программы:
Семейкина Нина Михайловна
Дата подписания: 22.06.2026

Документ подписан простой
электронной подписью
Утвердил: Пешков Виталий
Владимирович
Дата подписания: 23.06.2026

Документ подписан простой
электронной подписью
Согласовал: Ямщикова Ирина
Валентиновна
Дата подписания: 22.06.2026

Год набора – 2026

Иркутск, 2026 г.

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

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

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ПК-6 Способен осуществлять стратегическое и оперативное проектирование и планирование деятельности строительной организации, производить оценку эффективности и разработку корректирующих мероприятий	ПК-6.1
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК - 2.1

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ПК-6.1	Способен составлять оперативные планы, бизнес-планы, планы маркетинга, проектировать системы и структуры управления строительством	Знать стратегии охвата рынка и каналы распределения строительной продукции Уметь проводить маркетинговые исследования рынка Владеть навыками анализа основных результатов сбытовой деятельности, характеризующих место строительной организации на рынке
УК - 2.1	Способен дать предложения по решению проблемной ситуации на основе системного подхода, с определением потребности в ресурсах и определении основных этапов ее решения	Знать - ключевые понятия маркетинга и концепции управления маркетингом строительной организации; - основные классификации товаров на рынках строительной продукции; - особенности процесса управления маркетингом в строительстве Уметь проводить сегментацию рынка строительной продукции Владеть навыками разработки стратегии создания строительной продукции и ее реализации

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Маркетинг в строительстве» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик:

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик:

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 № 1
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	26	26
лекции	13	13
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	13	13
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	46	46
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Экзамен	Экзамен

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 1

№ 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	Строительная продукция в системе маркетинга	1	3			1	2	4	4	Устный опрос
2	Особенности рыночного ценообразования в строительстве	2	2			2, 3	4	2, 4	6	Доклад
3	Сбыт строительной продукции	3	2			4	2	1, 3, 4	16	Доклад
4	Комплекс маркетинга	4	2			5	2	1, 4	8	Устный опрос
5	Маркетинговые стратегии и управление маркетингом в строительстве	5	4			6	3	3	12	Доклад
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		13				13		82	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 1

№	Тема	Краткое содержание
1	Строительная	Товар, нужда, потребность, запрос, обмен, рынок.

	продукция в системе маркетинга	Строительная продукция как товар
2	Особенности рыночного ценообразования в строительстве	Характеристики и типы рынков, внешняя и внутренняя среда, факторы, воздействующие на рынок недвижимости. Основные классификации товаров на рынках строительной продукции. Сегментация рынка строительной продукции
3	Сбыт строительной продукции	Специфические черты позиционирования продукции строительной организации на рынке недвижимости. Основы формирования потребительского спроса на рынке недвижимости
4	Комплекс маркетинга	Каналы распределения, продвижение продукции и ценовая политика строительной фирмы на рынке недвижимости
5	Маркетинговые стратегии и управление маркетингом в строительстве	Понятие и сущность стратегического планирования в управлении строительной фирмой. Определение возможности строительной организации и адаптация их к требованиям рынка

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 1

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Ключевые понятия маркетинга. Особенности строительной продукции как товара	2
2	Основные классификации товаров на рынках строительной продукции. Сегментация рынка строительной продукции	2
3	Характеристики и типы рынков, факторы, воздействующие на рынок недвижимости и на цены строительной продукции	2
4	Анализ особенностей сбыта строительной продукции на рынке. Основы формирования потребительского спроса на рынке недвижимости	2
5	Каналы распределения, продвижение продукции. Определение возможности строительной организации и адаптация их к требованиям рынка	2
6	Маркетинговые стратегии в строительстве в зависимости от доли на рынке, рыночного спроса, товарной политики	3

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 1

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Подготовка к практическим занятиям	8
2	Подготовка к практическим занятиям (лабораторным работам)	4
3	Подготовка презентаций	20
4	Проработка разделов теоретического материала	14

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дебаты, Дискуссия, Публичная презентация

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 занятий по дисциплине Маркетинг в строительстве» [Электронный ресурс] / Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2017

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Семейкина Н.М. «Методические указания по самостоятельной работе обучающихся по дисциплине Маркетинг в строительстве» [Электронный ресурс] / Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2017

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 1 | Устный опрос

Описание процедуры.

Обучающиеся получают по одному вопросу на заданную тему, подготовиться к ответу на который должны в течение 10 минут

Критерии оценивания.

Устный опрос засчитан - если обучающийся ориентируется в терминологии стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы

6.1.2 семестр 1 | Доклад

Описание процедуры.

Темы докладов выдаются обучающимся заранее, студенты выбирают тему из предложенного списка, в случае необходимости обучающийся может выбрать тему доклада самостоятельно, согласовав ее с преподавателем. Выступление – 20 минут с учетом самого доклада, вопросов и ответов на вопросы

Критерии оценивания.

Презентация докладов оценивается на «зачтено» или «незачтено». Оценка «зачтено» ставится, если обучающийся раскрыл заявленную тему доклада в полном объеме, логично и последовательно, привел примеры, ответил на заданные вопросы. Оценка «незачтено» ставится в случае, если обучающийся не смог раскрыть тему доклада. Обучающемуся дается возможность повторного выступления с доработанным докладом

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
ПК-6.1	Демонстрирует знание ключевых понятий, маркетинга в строительстве, стратегий охвата рынка. Способен самостоятельно решать практические задачи - по проведению маркетинговых исследований рынка, по анализу результатов сбытовой деятельности	Устный опрос, доклад
УК - 2.1	Демонстрирует знание ключевых понятий и процесса управления маркетингом в строительстве. Способен самостоятельно решать практические задачи - по сегментации рынка строительной продукции - по выбору стратегий создания и реализации строительной продукции	Устный опрос, доклад, презентация

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 1, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Обучающийся готовится к экзамену по заранее предложенным вопросам и тематике практических задач.

В экзаменационный билет входят два теоретических вопроса и один тест. Время подготовки на экзамене – 30 минут

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Исчерпывающе, последовательно, четко и логически	Последовательно, четко и логически стройно излагает	Испытывает затруднения в исчерпывающем,	Не способен излагать теоретический материал,

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. Осознанно перерабатывает и анализирует полученные знания	теоретический материал с небольшими неточностями и замечаниями, справляется с задачами, испытывает незначительные затруднения с ответом при видоизменении заданий, обосновывает принятое решение, демонстрирует навыки и приемы выполнения практических задач с незначительными замечаниями. Осознанно перерабатывает и анализирует полученные знания	последовательном, четком и логически стройном изложении теоретического материала, не справляется в полном объеме с задачами, затрудняется с ответом при видоизменении заданий, частично обосновывает принятое решение, частично демонстрирует навыки и приемы выполнения практических задач. Испытывает затруднения в осознанном использовании полученных знаний	справляться с задачами, затрудняется с ответом при видоизменении заданий, неправильно обосновывает принятое решение, не способен продемонстрировать навыки и приемы выполнения практических задач. Не способен осознанно перерабатывать и анализировать полученные знания
---	--	---	--

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. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер [и др.], 1999. - 1151.

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.