

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра экономики и
управления бизнес-процессами**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра экономики и управления
бизнес-процессами**

наименование кафедры

Васильева Зоя Андреевна

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ И АНАЛИТИКА
РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.06 Маркетинг и аналитика рынка
недвижимости

Направление подготовки / 38.03.01 Экономика
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения очно-заочная

Год набора 2020

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.01 Экономика

Программу
составили

Доцент, Глоба Светлана Борисовна

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в управленческой деятельности.

1.2 Задачи изучения дисциплины

-представление студентам эволюции и современной теории маркетинга, формирование умений ее практического использования;
-развитие способностей идентификации маркетинговых проблем и их решения;
-формирование навыков аналитического обеспечения управленческих решений, в том числе и по проблемам маркетинга.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-4:способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты

ПК-6:способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей

ПК-10:способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Основы предпринимательской деятельности

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		9
Общая трудоемкость дисциплины	3 (108)	3 (108)
Контактная работа с преподавателем:	1 (36)	1 (36)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,5 (18)	0,5 (18)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	2 (72)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Организация маркетинга на предприятии	4	4	0	11	
2	Маркетинговая среда и информация	4	4	0	29	
3	Реализация рыночных возможностей: маркетинговый комплекс	10	10	0	32	
Всего		18	18	0	72	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в академических часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Введение в маркетинг и функции маркетинга на предприятии	2	0	0
2	1	Процесс управления маркетингом: планирование, контроль, финансы маркетинга	2	0	0
3	2	Маркетинговая среда: понятие, структура и оценка	2	0	0

4	2	Маркетинговая информация и исследования	2	0	0
5	3	Товарная политика предприятия	2	0	0
6	3	Разработка ценовой политики	2	0	0
7	3	Сбытовая политика предприятия	2	0	0
8	3	Политика продвижения в системе маркетинга	4	0	0
Всего			18	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Введение в маркетинг и функции маркетинга на предприятии	2	0	0
2	1	Процесс управления маркетингом: планирование, контроль, финансы маркетинга	2	0	0
3	2	Маркетинговая среда: понятие, структура и оценка	2	0	0
4	2	Маркетинговая информация и исследования	2	0	0
5	3	Товарная политика предприятия	3	0	0
6	3	Разработка ценовой политики	3	0	0
7	3	Сбытовая политика предприятия	2	0	0
8	3	Политика продвижения в системе маркетинга	2	0	0
Всего			18	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№	№	Наименование занятий	Объем в акад. часах
---	---	----------------------	---------------------

п/п	раздела дисциплины		Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Котлер Ф., Келлер К. Л.	Маркетинг менеджмент	Москва: Питер, 2015
Л1.2	Нагапетьянц Н. А.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2011
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ноздрева Р. Б., Крылова Г. Д., Соколова М. И.	Маркетинг: учебное пособие	Москва: Проспект, 2007
Л2.2	Котлер Ф., Армстронг Г, Сондерс Дж., Вонг В.	Основы маркетинга: пер. с англ.	Санкт-Петербург: Вильямс, 2007
Л2.3	Голубков Е. П.	Основы маркетинга: учебник для вузов	М.: Финпресс, 2003
Л2.4	Соловьев Б. А.	Маркетинг: учебник	М.: ИНФРА-М, 2008
Л2.5	Карпова С. В.	Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов (бакалавров), обучающихся по экономическим направлениям и специальностям	Москва: Юрайт, 2012
Л2.6	Эриашвили Н. Д., Нагапетьянц Н. А., Синяева И. М., Исаенко Е. В., Каменева И. Г., Васильев Г. А.	Основы маркетинга: учебное пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг" и 350700 "Реклама"	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005

Л2.7	Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х., Багиев Г. Л.	Маркетинг: учебник для студентов вузов по экономическим специальностям	Санкт- Петербург: Питер, 2006
Л2.8	Синяева И.М., Маслова В.М.	Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг"	Москва: Издательство "ЮНИТИ- ДАНА", 2015
Л2.9	Годин А. М.	Маркетинг	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2013
Л2.1 0	Акулич И. Л.	Маркетинг. Практикум	Минск: Вышэйшая школа, 2010

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина читается 3 модулями. Учебный материал распределяется по разделам и темам с учетом формируемых на каждом этапе компетенций.

При изучении дисциплины основными видами учебной работы являются аудиторные занятия, в том числе: лекции – 1 з.е. (36 часов) и практические занятия 0,5 з.е. (18 часов), а также самостоятельная работа – 1,5 з.е. (54 часа).

Лекционный материал дисциплины структурирован по разделам и темам и охватывает вопросы организации маркетинговой деятельности на предприятии. Каждый раздел определяет уровень знаний и навыков, необходимых учащемуся для подготовки к профессиональной деятельности.

Практические занятия ориентированы на закрепление лекционного материала и на выполнение дополнительных заданий, расширяющих объем пройденного материала. При их проведении предусмотрено решение задач, выполнение тестовых заданий, выступление с докладами.

Выполнение практических заданий требует предварительной домашней подготовки. Контроль готовности осуществляется путем текущего устного опроса и тестирования.

Задания готовятся и выдаются ведущим преподавателем на практических занятиях в соответствии с вопросами по темам занятий. Сдача заданий происходит в виде письменной формы ведущему преподавателю, либо в виде выступления на семинарском занятии перед ведущим преподавателем и группой. При подготовке заданий необходимо пользоваться учебным пособием к практическим занятиям и методическими указаниями к самостоятельной работе студентов.

При изучении курса большое значение придается самостоятельной работе, которая, с одной стороны, тесно связана с аудиторными занятиями, с другой – позволяет расширить объем изучаемого материала.

Самостоятельная работа предполагает:

- изучение теоретического курса, в том числе, материала, который не вошел в курс лекций, и использование полученных знаний для самостоятельного выполнения практических заданий;

- работу с основной и дополнительной литературой, с материалами в сети Интернет.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Для изучения настоящей дисциплины обучающимся необходимо наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
-------	--

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	1. Федеральная служба государственной статистики: http://www.gks.ru/ .
9.2.2	2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю: http://krasstat.gks.ru/ .
9.2.3	3. Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС): https://www.fedstat.ru/ .
9.2.4	4. Федеральная таможенная служба: http://www.customs.ru/ .
9.2.5	5. Официальный сайт компании «Консультант Плюс»: http://www.consultant.ru/ .
9.2.6	6. Высшая школа экономики: статистические сборники: https://www.hse.ru/org/hse/primarydata/ .
9.2.7	7. Министерство образования и науки РФ: http://graduate.edu.ru/#/?year=2014 .
9.2.8	8. Автоматизированная информационная система мониторинга муниципальных образований Красноярского края: http://aismmo.ru/
9.2.9	9. Официальный портал Красноярского края: http://www.krskstate.ru/ .
9.2.10	10. Государственная статистика Евросоюза: http://ec.europa.eu/eurostat .
9.2.11	11. Государственная статистика США: http://www.esa.doc.gov/ .
9.2.12	12. Официальный сайт Всемирного экономического форума: https://www.weforum.org/ .
9.2.13	13. Официальный сайт Всемирной торговой организации: http://www.un.org/ .
9.2.14	14. Зарубежная база данных Euromonitor International: http://www.portal.euromonitor.com .
9.2.15	15. ИАС «Статистика»: http://www.ias-stat.ru/
9.2.16	16. Информационная система «СПАРК»: http://www.spark-interfax.ru/ .
9.2.17	17. Научная электронная библиотека: http://elibrary.ru/ .
9.2.18	18. Институт статистических исследований и экономики знаний: https://issek.hse.ru/ .

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для организации образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

-аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованная классной доской и розетками для подключения электрооборудования и / или мультимедийным проектором с настенной доской;

-учебно-методическая литература.

В ходе выполнения самостоятельной работы обучающимся потребуется наличие персонального компьютера.