

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.05.2026 13:50:56
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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)

2026 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 Кафедра прикладной экономики. 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 (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; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; 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;
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.	ОПК-3.1 Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды; ОПК-3.2 Принимает обоснованные организационно-управленческие решения; ОПК-3.3 Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений; ОПК-3.4 Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;
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; ПК-2.2 Умеет представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; ПК-2.3 Применять информационные технологии в объеме,

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		необходимом для целей бизнес-анализа;

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, выработать стратегию действий	Научно-исследовательская работа; Финансы девелоперской организации; Правовое регулирование отношений в сфере недвижимости и правовое сопровождение проектов девелопмента; Управленческая экономика; Менеджмент в сфере недвижимости; Теория организации управления;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Управление инвестициями и инвестиционный анализ; <i>Экономическая оценка проектов и экспертиза проектно-сметной документации**;</i> <i>Оценка недвижимости**;</i> <i>Качество в управлении проектами: саморегулирование, стандарты, экспертизы**;</i> <i>Риэлтерская деятельность в девелопменте недвижимости**;</i> Основы сметного дела и проектно-сметного аудита;
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; Теория организации управления;	Преддипломная практика; Научно-исследовательская работа;
ПК-2	Способен оценить бизнес-возможности организации, необходимые для проведения стратегических изменений в организации	Научно-исследовательская работа; Финансы девелоперской организации;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; <i>Эксплуатация недвижимости: различия и подходы для жилой и</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>коммерческой**;</i> Управление инвестициями и инвестиционный анализ; Основы сметного дела и проектно-сметного аудита; <i>Экономическая оценка проектов и экспертиза проектно-сметной документации**;</i> <i>Оценка недвижимости**;</i> <i>Управление инженерной инфраструктурой**;</i>

* - 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.	16		12	4
Лекции (ЛК)	6		6	0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	10		6	4
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	79		51	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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Маркетинг недвижимости	1.1	Основные понятия и сущность маркетинга	Что такое маркетинг? Его сущность и назначение. Виды рынков. Основные подходы к ведению маркетинговой деятельности.	ЛК, СЗ
		1.2	Система маркетинговой информации её исследование и анализ, маркетинговая среда.	Система маркетинговой информации (внутренняя отчетность). Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Система маркетинговых исследований. Система анализа маркетинговой информации. Маркетинговая среда. Микросреда. Макросреда. (Первый уровень макросреды). Макросреда. (Второй уровень макросреды). Маркетинг и демографическая среда.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Отраслевой рынок.	2.1	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара	Общий подход к сегментированию рынка. Исторические этапы процесса сегментирования рынков. Основные принципы сегментирования потребительских рынков. Признаками сегментации рынка по группам потребителей. Основные принципы сегментирования рынков товаров промышленного назначения	ЛК, СЗ
		2.2	Характеристика отраслевого рынка	Объемный, ограниченный, специализированный, фрагментарный отраслевой рынок.	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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		5.2	Методы исследования конкурентной среды	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.	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.	Цель и особенности проведения полевых исследований. Качественные и количественные методы сбора данных.	ЛК, СЗ
Раздел 8	Количественные исследования в маркетинге.	8.1	Характеристика количественных маркетинговых исследований.	Панельные и трекинговые 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	Характеристика 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.	ауд.420

* - 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

<https://mega.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

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Муртузалиева Светлана Юрьевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---