

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.3. Маркетинг недвижимости

Направление подготовки: 21.03.02 Землеустройство и кадастры
Направленность (профиль): Управление и экспертиза недвижимости
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: заочная

Курс	3
Семестр	32
Лекции (час)	4
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	6
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	170
Курсовая работа (час)	
Всего часов	180
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	32

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 21.03.02
Землеустройство и кадастры.

Автор Л.И. Троицкая

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
экономики строительства и управления недвижимостью

Заведующий кафедрой С.А. Астафьев

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

1. Цели изучения дисциплины

Выявление теоретических основ для изучения среды рынка недвижимости, его структуры, особенностей поведения участников сделок с недвижимостью и проектирования комплекса маркетинга, направленного на активизацию инвестиционной деятельности участников рынка недвижимости относительно наиболее эффективного использования земельных участков и территорий.

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

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-12	способность использовать знания современных технологий технической инвентаризации объектов капитального строительства

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-12 способность использовать знания современных технологий технической инвентаризации объектов капитального строительства	З. знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы ведения маркетинга строительной продукции У. уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н. иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с использованием маркетинговых исследований

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Вариативная часть.

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Девелопмент", "Организация подрядных торгов"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	4
Практические (сем, лаб.) занятия	6
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	170

Всего часов	180
-------------	-----

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Рынок недвижимости как особый	32	1	1	25		Характеристики недвижимости, как товара, особенности выделения атрибутов при выборе типичных в процессе проект устройства
2	Особенности типизации и построения «образца» товара (услуги) на рынке недвижимости	32	1	1	25		Специфика типизации на рынке недвижимости в России и за рубежом
3	Особенности поведения участников рынка недвижимости	32	1	1	30		Особенности поведения участников рынка недвижимости
4	Анализ рынка недвижимости. Его цели и задачи	32	1	1	30		Структура инвестиционных приоритетов на рынке недвижимости
5	Типизация и анализ мотиваций на рынке недвижимости	32	0	1	30		Выбор наиболее типичных концептуальных решений загородной жилой недвижимости. Причины появления новых ролевых позиций на рынке недвижимости
6	Рынок недвижимости как объект маркетинговых исследований	32	0	1	30		Анализ рынка жилой недвижимости
	ИТОГО		4	6	170		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Моделирование поведения активных участников рынка недвижимости	Определение понятия и существенных признаков недвижимого имущества. Характеристика недвижимости как товара. Типизация объектов недвижимости.
2	Моделирование поведения активных участников рынка недвижимости	Субъекты рынка недвижимости: покупатели, продавцы; юридические и физические лица, институциональные структуры и организации, различия и особенности моделей поведения.
3	Анализ рынка недвижимости. Рынок недвижимости – как объект исследований	Современная концепция маркетинга применительно к рынку недвижимости. Отличительные особенности исследовательского маркетинга на рынке недвижимости.
4	Анализ рынка недвижимости. Рынок недвижимости – как объект исследований	Цели и задачи анализа рынка недвижимости. Процедуры исследования сегментов рынка недвижимости.
5	Особенности типизации и построения «образца» товара (услуги) на рынке недвижимости	Построение маркетинговой концепции и реализация маркетинговых мероприятий на различных сегментах рынка недвижимости.
6	Концептуальные замыслы и приоритеты выработки критериев типизации объектов недвижимости	Типизация моделей и сценариев инвестиционного поведения участников рынка недвижимости. Анализ и построение наиболее эффективных механизмов взаимодействия участников рынка недвижимости и формирования эффективного комплекса маркетинга.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Рынок недвижимости как особый. Ситуационные задачи: а) необходимо продемонстрировать на практическом примере характеристики недвижимого имущества; наличия различных обременений и существенные характеристики недвижимости (целевое назначение, разрешенное использование и т. д.); б) продемонстрируйте, как разграничиваются предметы ведения отношений, возникающих по поводу недвижимости; в) покажите сущность недвижимости как товара в описании востребованных на рынке недвижимости атрибутов и характеристик.
2	Особенности типизации и построения «образца» товара (услуги) на рынке недвижимости. Разбор хозяйственных ситуаций. Рынок жилья. Особенности современного рынка жилья РФ, г. Иркутска; приоритетные критерии типизации со стороны рынка продавцов, рынка покупателей.

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	Рынок коммерческой недвижимости. Универсальные и уникальные атрибуты для эффективной коммуникации с целевыми аудиториями
3	Особенности поведения участников рынка недвижимости. Ситуационные задачи: а) дайте квалификацию субъект-объектных отношений на рынке недвижимости, чем их можно характеризовать и представить в виде модели поведения в различных сценариях сделок с недвижимостью; б) различие моделей поведения профессиональных и непрофессиональных участников рынка недвижимости; в) связь моделей поведения различных участников рынка недвижимости с мотивациями предпринимательских акций по передаче вещных прав с недвижимостью.
4	Анализ рынка недвижимости. Его цели и задачи. Хозяйственные ситуации. а) особенности сегментирования рынка недвижимости и позиционирования предложений различных участников. б) ценностные установки участников; в) примеры анализа рынка одного из сегментов по функциональному назначению объектов исследования.
5	Типизация и анализ мотиваций на рынке недвижимости.. Хозяйственные ситуации. а) перспективы расширения рынка услуг и факторы, обуславливающие данные тенденции , связь проявленных тенденций с характером и направлениями конкурентной борьбы среди главных участников рынка недвижимости.
6	Рынок недвижимости как объект маркетинговых исследований.. Хозяйственные ситуации: а) развитие концептуальных идей маркетинга недвижимости; б) особенности формирования спроса и предложения на рынке; особенности исследовательского маркетинга. Приведите конкретные примеры.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Рынок недвижимости как особый	ПК-12	З.знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-	Характеристики недвижимости, как товара, особенности выделения атрибутов при выборе типичных в процессе проект	Развернутый анализ по сегментам с демонстрацией прототипов в категориях: люкс,

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			планов, методы ведения маркетинга строительной продукции У.уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н.иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с использованием маркетинговых исследований	устроительства	премиум, стандарт. (15)
2	2. Особенности типизации и построения «образца» товара (услуги) на рынке недвижимости	ПК-12	З.знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы ведения маркетинга строительной продукции У.уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н.иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-	Специфика типизации на рынке недвижимости в России и за рубежом	Тотальное рассмотрение успешных прототипов российского рынка. (15)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			планов с использованием маркетинговых исследований		
3	3. Особенности поведения участников рынка недвижимости	ПК-12	З.знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы ведения маркетинга строительной продукции У.уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н.иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с использованием маркетинговых исследований	Особенности поведения участников рынка недвижимости	Способность выделять ключевые параметры в моделях поведения участников. (15)
4	4. Анализ рынка недвижимости. Его цели и задачи	ПК-12	З.знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы ведения маркетинга строительной продукции У.уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-	Структура инвестиционных приоритетов на рынке недвижимости	Статистические аргументы по выделенным приоритетам. (15)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н.иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с использованием маркетинговых исследований		
5	5. Типизация и анализ мотиваций на рынке недвижимости	ПК-12	З.знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы ведения маркетинга строительной продукции У.уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н.иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с использованием маркетинговых исследований	Выбор наиболее типичных концептуальных решений загородной жилой недвижимости	Должны быть сформулированы ключевые категории потребителей на рынке загородной недвижимости и их приоритеты в выборе ключевых атрибутов. (15)
6		ПК-12	З.знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы	Причины появления новых ролевых позиций на рынке недвижимости	Практические примеры деятельности новых участников. (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			ведения маркетинга строительной продукции У.уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н.иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с использованием маркетинговых исследований		
7	6. Рынок недвижимости как объект маркетинговых исследований	ПК-12	З.знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы ведения маркетинга строительной продукции У.уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности Н.иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с	Анализ рынка жилой недвижимости	Должны быть приведены достаточные аргументы предпочтений методов и инструментов анализа. (15)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			использованием маркетинговых исследований		
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 32.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

3-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 2 балла.

Компетенция: ПК-12 способность использовать знания современных технологий технической инвентаризации объектов капитального строительства

Знание: знать составляющие технологического процесса и принципы его управления, структуру и способы разработки бизнес-планов, методы ведения маркетинга строительной продукции

1. Анализ макроокружения среды рынка недвижимости.
2. Категории потребителей коммерческой недвижимости и отличительные особенности рынка коммерческой недвижимости.
3. Концепция маркетинга недвижимости.
4. Критерии выбора места и времени осуществления операции с объектом недвижимости.
5. Недвижимость как товар и требования к нему как объекту маркетинговых стратегий.
6. Объект недвижимости как товар и его уровни.
7. Операции с земельными участками.
8. Основные направления развития рынка недвижимости.
9. Особенности маркетинговой деятельности по отношению к сделкам с недвижимостью, вызванных тесной связью земли и находящихся на ней объектов недвижимости.
10. Особенности первичного и вторичного рынка жилья; взаимосвязь параметров рынков.
11. Особенности поведения участников рынка недвижимости. Моделирование поведения вероятных потребителей.
12. Параметры классификации недвижимости как товара.
13. Проектирование модели поведения покупателя недвижимости: сценарии и поводы к покупке, роль референтных групп и выявления лиц, принимающих решения о приобретении объекта недвижимости, его управлении, эксплуатации, реконструкции, ремонте, развитии.
14. Проектирование техник сбыта объектов недвижимости.
15. Реализация принципа наиболее эффективного использования земельного участка. Обоснование выбора наилучшего варианта для инвестора.
16. Риэлтерские услуги как товар и объект маркетингового проектирования.

17. Рынок земельных участков и его вовлечение в хозяйственный оборот. Классификация и назначение земель.
18. Рынок недвижимости как объект маркетинговых исследований: концепции управления, процесс формирования цепочек ценностей, проектирование образца и характер удовлетворения спроса на различных сегментах недвижимости.
19. Рынок офисных помещений. Особенности дифференциации по качественным признакам.
20. Сегментирование рынка недвижимости: выбор и обоснование критериев. Сравнительный анализ рынка жилой и нежилой недвижимости как объекта сегментирования.
21. Соотношение качеств недвижимости как товара и как искомых потребителем выгод.
22. Состояние рынка недвижимости в РФ и особенности недвижимости как товара.
23. Сравнение моделей покупательского поведения покупателей в сделках с жильем путем реализации различных прав на недвижимость: право собственности, право социального найма, право аренды, право на землю. Способы приобретения прав собственности на объект недвижимости.
24. Сравнение отдельных сегментов рынка недвижимости: жилая, коммерческая, промышленная недвижимость, недвижимость социально-экономического назначения.
25. Стандарты решения проблемы жилья в РФ. Характеристики состояния рынка жилья.
26. Техники обеспечения желаемой удовлетворенности более эффективными способами.
27. Требования к качеству недвижимости, выставляемых на передачу прав собственности для различных социальных групп.
28. Факторы, действующие в макроокружении и используемые в выработке маркетинговой стратегии.
29. Функции рынка недвижимости (регулирующая, коммерческая, санации, информационная, посредническая, стимулирующая, инвестиционная, социальная). Покажите взаимосвязь характера реализации функций и современного состояния рынка недвижимости.
30. Характеристика участников рынка недвижимости и анализ вероятных сценариев их инвестиционного поведения.
31. Цели и направления маркетингового анализа рынка недвижимости: типизация объектов недвижимости.
32. Что Вы понимаете под маркетингом недвижимости.
33. Этапы разработки нового объекта недвижимости, их характеристики. Ключевые факторы успеха (свойства, способствующие лучшему восприятию объекта недвижимости у потребителя, маркетинговое ноу-хау, технологическое ноу-хау, инфраструктура места застройки, уровень жизни клиентуры).

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: показать приобретенные умения (за правильные демонстрации - 30 баллов, за неуверенные умения - 15 баллов, за отсутствие умений - 0 баллов).

Компетенция: ПК-12 способность использовать знания современных технологий технической инвентаризации объектов капитального строительства

Умение: уметь анализировать технологические процессы, проводить маркетинговые исследования и разрабатывать бизнес-планы в процессе осуществления инвестиционно-строительной деятельности

Задача № 1. Подберите примеры эффективной коммуникационной программы девелопера (PR – кампании) и пропишите составляющие ее элементы: 1) как работают индивидуальные названия продвигаемых объектов недвижимости, услуг; 2) фирменные логотипы компаний и их объектов недвижимости; 3) слоганы, как они сработали?

Задача № 2. Покажите на примерах регионального рынка недвижимости, как осуществляется разработка клиентоориентированной сбытовой политики: 1) разработка целей и задач продвижения объектов и услуг; 2) как осуществляется отбор каналов распределения и сбытовых структур, использование которых обеспечивает достижения поставленных целей сбыта; 3) организация и управление взаимодействием участников системы сбыта.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: показать приобретенные навыки (за правильные демонстрации - 30 баллов, за неуверенные умения - 15 баллов, за отсутствие умений - 0 баллов).

Компетенция: ПК-12 способность использовать знания современных технологий технической инвентаризации объектов капитального строительства

Навык: иметь навык управления технологическими процессами, подготовки бизнес-планов с использованием маркетинговых исследований

Задание № 1. Девелопер определил целесообразность вложения инвестиций в строительство складской недвижимости. Какими ключевыми критериями он будет руководствоваться при определении первоочередных, определяющих класс, параметров? Какую специализацию складам сегодня выгоднее всего определять? Почему?

Задание № 2. Сформулируйте план маркетингового исследования рынка земельных участков для строительства клубного поселка «А» класса. Какую первичную и вторичную информацию будет запрашивать руководство девелоперской компании для принятия управленческого решения о начале строительства.

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)	Направление - 21.03.02 Землеустройство и кадастры Профиль - Управление и экспертиза недвижимости Кафедра экономики строительства и управления недвижимостью Дисциплина - Маркетинг недвижимости
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Покажите на примерах регионального рынка недвижимости, как осуществляется разработка клиентоориентированной сбытовой политики: 1) разработка целей и задач продвижения объектов и услуг; 2) как осуществляется отбор каналов распределения и сбытовых структур, использование которых обеспечивает достижения поставленных целей сбыта; 3) организация и управление взаимодействием участников системы сбыта. (30 баллов).

2. Сформулируйте план маркетингового исследования рынка земельных участков для строительства клубного поселка «А» класса. Какую первичную и вторичную информацию будет запрашивать руководство девелоперской компании для принятия управленческого решения о начале строительства. (30 баллов).

3. Тест (40 баллов).

Составитель _____ Л.И. Троицкая

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

а) основная литература:

1. Инвестирование в недвижимость. Investing in Real Estate. Investing in Real Estate. 5-е изд./ Эндрю Мак-Лин, Гари В. Элдред.- Киев: Диалектика, 2007.-411 с.
2. Стерник Г. М. Методика прогнозирования цен на жилье в зависимости от типа рынка/ Г. М. Стерник// Имущественные отношения в Российской Федерации
3. Киндеева Е. А. Елена Агзамовна, Крашенинников П. В. Павел Владимирович, Пискунова М. Г. Марианна Гирфановна Недвижимость: права и сделки. Кадастровый учет и государственная регистрация прав. практическое пособие. 4-е изд., перераб. и доп./ Е. А. Киндеева, М. Г. Пискунова.- М.: Юрайт, 2013.-806 с.
4. Штейнбах Х. Э., Еленский В. И. Психология жизненного пространства/ Х. Э. Штейнбах, В. И. Еленский.- СПб.: Речь, 2004.-239 с.
5. Иванов В. В., Хан О. К. Управление недвижимостью/ В. В. Иванов, О. К. Хан.- М.: ИНФРА-М, 2009.-445 с.
6. [Бойкова М.Л. Экологические расчеты в управлении недвижимостью \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / М.Л. Бойкова, В.Д. Черепов. — Электрон. текстовые данные. — Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, Поволжский государственный технологический университет, ЭБС АСВ, 2012. — 165 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22587.html>](#)
7. [Калинин В.М. Сервейинг и профессиональный девелопмент недвижимости. Теория, практика. Часть 3. Эксплуатационный модуль сервейинга в системе территориально-пространственного развития муниципального образования \[Электронный ресурс\] : монография / В.М. Калинин, С.Н. Попельнюхов, В.Н. Семенов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 206 с. — 978-5-7264-0636-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20029.html>](#)
8. [Озеров Е.С. Управление недвижимой собственностью \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.С. Озеров. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2012. — 392 с. — 978-5-7422-3519-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43980.html>](#)
9. [Основы сервейинга и кадастровой деятельности \[Электронный ресурс\] : методические указания к практическим занятиям и выполнению курсовой работы по дисциплине «Основы сервейинга и кадастровой деятельности» для обучающихся бакалавриата очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.10 «Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура» / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 27 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72605.html>](#)
10. [Сервейинг. Организация, экспертиза, управление. Часть 1. Организационно-технологический модуль системы сервейинга \[Электронный ресурс\] : практикум / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 271 с. — 978-5-7264-1364-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62632.html>](#)
11. [Сервейинг. Организация, экспертиза, управление. Часть 2. Экспертиза недвижимости и строительный контроль в системе сервейинга \[Электронный ресурс\] : практикум / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 263 с. — 978-5-7264-1382-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62633.html>](#)

12. [Сервейинг. Организация, экспертиза, управление. Часть 3. Управленческий модуль в системе сервейинга \[Электронный ресурс\] : практикум / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 311 с. — 978-5-7264-1400-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62634.html>](#)
13. [Управление развитием объектов недвижимости \[Электронный ресурс\] : методические указания к выполнению практических работ по дисциплинам «Методические и практические аспекты управления объектами недвижимости», «Система планирования и контроллинга в управлении недвижимостью» для студентов магистратуры всех форм обучения направления подготовки 08.04.01 Строительство / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2016. — 98 с. — 978-5-7264-1415-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60009.html>](#)

б) дополнительная литература:

1. Федотова М. А. Марина Алексеевна, Бакулина А. А. Анна Александровна, Тазихина Т. В. Татьяна Викторовна Девелопмент в недвижимости. [монография]/ М. А. Федотова, Т. В. Тазихина, А. А. Бакулина.- М.: КноРус, 2013.-264 с.
2. Стерник Г. М., Стерник С. Г., Тулинова Н. В. Девелопмент недвижимости/ Г.М. Стерник.- Москва: Проспект, 2016.-304 с.
3. Ковалевская Н. Ю. Инвестирование в недвижимость. учеб. пособие. Электронный ресурс/ Н. Ю. Ковалевская.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2016.-112 с.
4. Григорьева О. Ю. Инвестирование в недвижимость в условиях кризиса/ Григорьева О. Ю.// N 5, вып. 1, С. 73-77, 2010, ч.з 2-202
5. Стерник С. Г. Инвестиционный анализ рынка недвижимости России (вводные теоретические положения)/ С. Г. Стерник// Финансы и кредит
6. Стерник Г. М., Краснопольская А. Н. Разработка методики многофакторной оценки доступности жилой недвижимости/ Г. М. Стерник, А. Н. Краснопольская// Имущественные отношения в Российской Федерации
7. Стерник Г., Преминина М., Стерник С. Стандартизация структуры затрат на девелопмент в отраслевом экономическом анализе рынка строительства и недвижимости/ Г. Стерник, С. Стерник, М. Преминина// РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция
8. Стерник Г. М. Ценообразование на рынке жилья в России/ Г. М. Стерник// Номер журнала, № 5, С. 67-83, 2010, ч.з 2-202
9. Троицкая Л.И., Чигрин А.Н. Экологический формат проектирования.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2007.- 212 с.
10. [Экономика недвижимости \[Электронный ресурс\] : методические указания к выполнению практических занятий и курсовой работы \(проекта\) по дисциплине «Экономика недвижимости» для студентов бакалавриата всех форм обучения направления подготовки 08.03.01 Строительство / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2016. — 57 с. — 978-5-7264-1397-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58235.html>](#)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Аналитический сайт по рынку недвижимости г.Иркутска, адрес доступа: <http://dom-irk.ru>. доступ неограниченный

- Аналитический сайт по рынку недвижимости г.Иркутска, адрес доступа: <http://www.realty.irk.ru>. доступ неограниченный
- База данных нормативных документов Министерства строительства российской федерации, адрес доступа: <http://www.minstroyrf.ru/docs/>. доступ неограниченный
- База нормативной документации в строительстве, адрес доступа: <https://files.stroyinf.ru/>. доступ неограниченный
- Библиотека строительства: типовые серии, нормативные документы (ГОСТЫ, СНиПы, СанПины), строительные программы, книги, статьи, адрес доступа: <http://www.zodchii.ws>. доступ неограниченный
- Журнал гостиничного бизнеса, адрес доступа: <http://www.hotelmagazine.ru/>. доступ неограниченный
- ИВИС - Универсальные базы данных, адрес доступа: <http://www.dlib.eastview.ru/>. доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет при условии регистрации в БГУ
- Министерство строительства РФ, адрес доступа: <http://www.minstroyrf.ru/>. доступ неограниченный
- Сайт Министерства экономического развития РФ, адрес доступа: <http://economy.gov.ru/mines/main/>. доступ неограниченный
- Сайт по вопросам энергосбережения, адрес доступа: <http://www.EcoRussia.info.ru>. доступ неограниченный
- Техническая библиотека Строителя, адрес доступа: <https://allbeton.ru/library/>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области основ землеустройства, геодезии и гидрологии, картографии, экономических основ природопользования, почвоведения, инженерной геологии, инженерного устройства территории, деятельности землеустроительных предприятий, экономики недвижимости, маркетинга и брендинга территории, оценки недвижимости, оценки бизнеса, земельного права, экономики землеустройства.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,
- Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система,
- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий