

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

**Факультет рыночных технологий**

**Кафедра менеджмента недвижимости**

УТВЕРЖДЕНО

Кафедрой менеджмента недвижимости

Протокол от «28» мая 2021 г.

№ 4-21

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

38.04.02 Девелопмент и управление недвижимостью

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

**Б1.В.ДВ.03.01 Маркетинг объектов недвижимости**

---

Уровень образования - магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 – Менеджмент

Формы обучения – очная, очно-заочная

Год набора - 2021

Москва, 2021 г.

**Автор—составитель:**

К.э.н. Галеев А.З.

Заведующий Кафедрой менеджмента недвижимости, д.э.н., профессор Е.В. Иванкина

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические материалы для освоения дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
  - 6.4. Интернет-ресурсы
  - 6.5. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Маркетинг объектов недвижимости» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

| Код компетенции | Наименование компетенции  | Код компонента компетенции | Наименование компонента компетенции  |
|-----------------|---|----------------------------|--|
| ПКс-1           | Способен к руководству по управлению государственным, муниципальным и частным жилищным фондом | ПКс-1.2                    | Оценивает выполнение запланированного объема и качества работ по достижению показателей планов и программ развития жилищного фонда |

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ<br>(при наличии профстандарта)/<br>профессиональные действия  | Код компонента компетенции | Результаты обучения   |
|--|----------------------------|---|
| Н/01.7 - управление административной, хозяйственной, документационной и организационной поддержкой организации | ПКс-1.2                    | <p><b>на уровне знаний:</b> состояния рынка строительных услуг и тенденции его развития; видов предпринимательских и производственных рисков и их особенности в строительстве, методов оценки рисков; основных видов ресурсов деятельности строительной организации, методов их оценки; способов и методов взаимодействия с собственниками имущества строительной организации;</p> <p><b>на уровне умений:</b> выделять отличительные особенности строительной организации и производить оценку ее конкурентной позиции; оценивать предпринимательские и производственные риски строительной организации; проводить маркетинговые исследования объектов недвижимости, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения</p> <p><b>на уровне навыков:</b> использования информации о рынке недвижимости для анализа процессов на рынке; применения системы знаний о рынке недвижимости, необходимых при разработке корпоративной стратегии; построения модели оценки инвестиционной привлекательности девелоперского проекта</p> |

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

| Вид учебных занятий<br>и самостоятельная работа              |       | Объем дисциплины, час.<br>(акад./астр.) |         |
|--|-------|---|---------|
|  |       | Всего                                   | Семестр |
|  |       |   | 3       |
| Очная форма обучения   |       |   |         |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе: |       | 22/16,5                                 | 22/16,5 |
| лекционного типа (Л)   |       | 4/3                                     | 4/3     |
| лабораторные работы (практикумы) (ЛР)                        |       |   |         |
| практического (семинарского) типа (ПЗ)                       |       | 18/13,5                                 | 18/13,5 |
| Самостоятельная работа обучающихся (СР)                      |       | 50/37,5                                 | 50/37,5 |
| Промежуточная аттестация                                     | форма | Зачет                                   | Зачет   |
|  | час.  |   |         |
| Общая трудоемкость (час. / з.е.)                             |       | 72/54                                   | 72/54   |

| Вид учебных занятий<br>и самостоятельная работа              |       | Объем дисциплины, час.<br>(акад./астр.) |         |
|--|-------|---|---------|
|  |       | Всего                                   | Семестр |
|  |       |   | 4       |
| Очно-заочная форма обучения                                  |       |   |         |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе: |       | 22/16,5                                 | 22/16,5 |
| лекционного типа (Л)   |       | 4/3                                     | 4/3     |
| лабораторные работы (практикумы) (ЛР)                        |       |   |         |
| практического (семинарского) типа (ПЗ)                       |       | 18/13,5                                 | 18/13,5 |
| Самостоятельная работа обучающихся (СР)                      |       | 50/37,5                                 | 50/37,5 |
| Промежуточная аттестация                                     | форма | Зачет                                   | Зачет   |
|  | час.  |   |         |
| Общая трудоемкость (час. / з.е.)                             |       | 72/54                                   | 72/54   |

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Маркетинг объектов недвижимости» осваивается в 3 семестре 2 курса очной формы обучения и в 4 семестре 2 курса очно-заочной формы обучения и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Девелопмент и управление недвижимостью».

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Структура дисциплины

| №<br>п/п             | Наименование тем (разделов) | Объем дисциплины, час. |  |    |    |     |    | Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации |
|----------------------|-----------------------------|------------------------|--|----|----|-----|----|---|
|                      |                             | Всего                  | Контактная работа обучающихся с преподавателем |    |    |     | СР |   |
|                      |                             |                        | Л  | ЛР | ПЗ | КСР |    |   |
| Очная форма обучения |                             |                        |  |    |    |     |    |   |

|                          |   |           |          |  |           |  |           |                  |
|--------------------------|---|-----------|----------|--|-----------|--|-----------|------------------|
| 1                        | Основы маркетинга объектов недвижимости | 22        | 1        |  | 6         |  | 15        | Эс, ПЗ, ДИ, Д, П |
| 2                        | Стратегия маркетинга                    | 23        | 2        |  | 6         |  | 15        | Эс, ПЗ, ДИ, Д, П |
| 3                        | Управление маркетинговой деятельностью  | 27        | 1        |  | 6         |  | 20        | Эс, ПЗ, ДИ, Д, П |
| Промежуточная аттестация |   |           |          |  |           |  |           | Зачет            |
| <b>Всего:</b>            |   | <b>72</b> | <b>4</b> |  | <b>18</b> |  | <b>50</b> |                  |

| №<br>п/п                    | Наименование тем (разделов)             | Объем дисциплины, час. |  |    |    |     |    | Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации |
|-----------------------------|---|------------------------|--|----|----|-----|----|---|
|                             |   | Всего                  | Контактная работа обучающихся с преподавателем |    |    |     | СР |   |
|                             |   |                        | Л  | ЛР | ПЗ | КСР |    |   |
| Очно-заочная форма обучения |   |                        |  |    |    |     |    |   |
| 1                           | Основы маркетинга объектов недвижимости | 22                     | 1  |    | 6  |     | 15 | Эс, ПЗ, ДИ, Д, П  |
| 2                           | Стратегия маркетинга                    | 23                     | 2  |    | 6  |     | 15 | Эс, ПЗ, ДИ, Д, П  |
| 3                           | Управление маркетинговой деятельностью  | 27                     | 1  |    | 6  |     | 20 | Эс, ПЗ, ДИ, Д, П  |
| Промежуточная аттестация    |   |                        |  |    |    |     |    | Зачет   |
| Всего:                      |   | 72                     | 4  |    | 18 |     | 50 |   |

Примечание:

\* - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), практическое задание (ПЗ), дискуссии (ДИ), доклад (Д), презентации (П).

## Содержание дисциплины

### Тема 1. Основы маркетинга объектов недвижимости.

Маркетинг объектов недвижимости. Цели и задачи маркетинга объектов недвижимости. Рынок и структура объектов недвижимости. Маркетинг как экономическая категория. История развития маркетинга объектов недвижимости и концепции рыночной экономики. Принципы и функции объектов маркетинга.

### Тема 2. Стратегия маркетинга.

Маркетинг в недвижимости: ключевые моменты. Варианты концепции объектов недвижимости. Офисная недвижимость – типы и варианты концепции. Торговая недвижимость – типы и варианты концепции. Складская недвижимость – типы и варианты концепции. Особенности индустриальной недвижимости.

### Тема 3. Управление маркетинговой деятельностью.

Концепция товара в недвижимости. Определение уровня рыночной арендной платы. Основные ценообразующие факторы. Инвестиционный и сравнительный подходы. Приемы ценообразования на рынке недвижимости. Наилучшие средства продвижения для разных объектов недвижимости. Бюджет маркетинга. Стадии маркетинга. Стоимость, цена. Факторы, влияющие на стоимость объекта.

### 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

**4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Маркетинг объектов недвижимости» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

| Тема и/или раздел                       | Методы текущего контроля успеваемости                      |
|---|--|
| Основы маркетинга объектов недвижимости | Эссе, практическое задание, дискуссия, доклад, презентация |
| Стратегия маркетинга                    | Эссе, практическое задание, дискуссия, доклад, презентация |
| Управление маркетинговой деятельностью  | Эссе, практическое задание, дискуссия, доклад, презентация |

**Зачет проводится в виде тестирования.**

**4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

#### **Типовые темы эссе**

1. Понятие, сущность и основные характеристики недвижимости
2. Роль рынка недвижимости
3. Маркетинг в недвижимости: ключевые моменты
4. Маркетинговые услуги на рынке недвижимости
5. Задачи маркетинга на рынке недвижимости
6. Анализ рынка недвижимости
7. Аренда жилья
8. Ипотечное кредитование
9. Коммерческая недвижимость

#### **Типовые темы практических заданий**

1. Особенности маркетинга объектов недвижимости и его роль на рынке недвижимости.
2. Опыт России в формировании маркетинга объектов недвижимости. Современная ситуация на рынке маркетинга объектов недвижимости.
3. Подходы к организации системы маркетинга объектов недвижимости в странах с развитой экономикой.
4. Понятие и подходы к маркетингу объектов недвижимости.
5. Инструменты маркетинга объектов недвижимости, схемы расчетов платежей.

#### **Типовые темы дискуссий**

1. Отработка маркетинговых понятий и использование основных категорий маркетинга в практической деятельности. Методика анализа разрывов на рынках офисной и торговой недвижимости. Понятие стоимости и категории цены. Факторы, влияющие на стоимость объекта. Составление сравнительной таблицы: Виды и задачи маркетинга при различных состояниях спроса.
2. Изучение принципов сегментирования. Исследования отдельного сегмента. Отбор целевых сегментов рынка. Стратегия маркетинга, планирование и контроль. Понятие стратегии и тактики маркетинга. Стратегическое планирование маркетинга. Текущее планирование маркетинга.
3. Комплекс маркетинговых коммуникаций (комплекс стимулирования). Этапы разработки эффективной коммуникации. Разработка комплексного бюджета стимулирования и отбора элементов комплекса стимулирования. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования.

### Типовые темы докладов

1. Анализ состояния рынка объектов недвижимости в России.
2. Ценовая ситуация на первичном и вторичном рынке объектов недвижимости.
3. Прогнозирование конъюнктуры рынка объектов недвижимости.
4. Параметры качества, влияющие на размер цены объектов недвижимости.
5. Оперативная оценка стоимости объектов недвижимости.
6. Каковы макроэкономические параметры, влияющие на маркетинг недвижимости и прогноз их изменения.

### Типовые темы презентаций

1. Оценка и прогнозирование затрат на проект объектов недвижимости.
2. Расчет потока доходов.
3. Расчет налогов и отчислений на объекты недвижимости.
4. Прогнозирование эффективности инвестиционного проекта.

### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

| Код компетенции | Наименование компетенции  | Код компонента компетенции | Наименование компонента компетенции  |
|-----------------|---|----------------------------|--|
| ПКс-1           | Способен к руководству по управлению государственным, муниципальным и частным жилищным фондом | ПКс-1.2                    | Оценивает выполнение запланированного объема и качества работ по достижению показателей планов и программ развития жилищного фонда |

| Код компонента компетенции | Индикатор оценивания   | Критерий оценивания  |
|----------------------------|--|--|
| ПКс-1.2                    | Оценивает выполнение запланированного объема и качества работ по достижению показателей планов и программ развития жилищного фонда | на уровне знаний: состояния рынка строительных услуг и тенденции его развития; видов предпринимательских и производственных рисков и их особенности в строительстве, методов оценки рисков; основных видов ресурсов деятельности строительной организации, методов их оценки; способов и методов взаимодействия с собственниками имущества строительной организации;<br>на уровне умений: выделять отличительные особенности строительной организации и производить оценку ее конкурентной позиции; оценивать предпринимательские и производственные риски |



|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | строительной организации;<br>проводить маркетинговые<br>исследования объектов<br>недвижимости, анализировать их<br>результаты и принимать<br>маркетинговые решения<br>на уровне навыков: использования<br>информации о рынке<br>недвижимости для анализа<br>процессов на рынке; применения<br>системы знаний о рынке<br>недвижимости, необходимых при<br>разработке корпоративной<br>стратегии; построения модели<br>оценки инвестиционной<br>привлекательности девелоперского<br>проекта |
|--|--|---|

#### 4.4. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

##### Вопросы к зачету для тестирования

1. Какие этапы работы с недвижимостью Вы знаете? Чем они различаются?
2. Каково место маркетинга недвижимости в общей структуре операций на рынке недвижимости?
3. Раскройте принципы управления стоимостью объекта недвижимости.
4. Раскройте содержание услуги по управлению недвижимостью. Какие основные функции выполняют управляющая компания?
5. Какие этапы в предоставлении услуги по управлению недвижимостью Вы знаете? Какие цели маркетинга недвижимости могут быть?
6. Раскройте порядок разработки концепции управления и программы управления объектом недвижимости.
7. Особенности рынков недвижимости. Цикл спроса на недвижимость.
8. Спрос и предложение на рынке недвижимости. Поглощение и уровень свободных площадей.
9. Циклы развития рынка недвижимости. Методика анализа разрывов на рынках офисной и торговой недвижимости.
10. Стратегия маркетинга. Варианты концепции объектов недвижимости.
11. Недвижимость как продукт. Концепция товара в недвижимости. Место - каналы товаропродвижения.
12. Сущность и содержание арендной политики. Срок договора аренды. Классификация и измерение площадей.
13. Распределение обязанностей по отделке и ремонту помещений. Структура арендной ставки.
14. Определение уровня рыночной арендной платы. Инвестиционный и сравнительный подходы. Приемы ценообразования на рынке недвижимости.
15. Продвижение. Средства коммуникации. Методология разработки медиа-планов рекламных кампаний.
16. Цели, задачи и принципы системы бюджетирования. Финансовая структура управляющей компании.
17. Основные бюджеты – бюджет текущих доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, бюджет по балансовому листу.

18. Функциональные бюджеты - бюджет доходов от аренды, бюджет возмещения коммунально-эксплуатационных услуг, бюджет прямых производственных расходов, бюджет эксплуатационных расходов, бюджет административных расходов.
19. Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов. Анализ дисконтированного денежного потока, внутренняя ставка доходности, срок окупаемости, индекс прибыльности.
20. Источники финансирования инвестиций в недвижимость.

#### 4.5 Шкала оценивания

| Оценка  | Требования к знаниям   |
|---------|--|
| зачтено | <p>Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на зачете, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p> <p>Умеет анализировать нормативно-техническую документацию, научно-технические и информационные материалы в области строительного производства</p> <p>Умеет оформлять документы, необходимые для принятия решений о проведении конкурса по выбору организации для управления жилищным фондом</p> <p>Умеет планировать правовую деятельность</p> <p>Умеет разрабатывать и планировать работы и мероприятия по повышению эффективности финансово-хозяйственной и производственной деятельности строительной организации</p> <p>Умеет анализировать и прогнозировать ситуацию на рынке недвижимости</p> <p>Владеет практическими навыками оценки недвижимости основными методами</p> <p>Умеет определять наиболее эффективный вариант использования объекта недвижимости</p> <p>Умеет организовать поиск и сбор информации для формирования инвестиционного бизнес-плана</p> <p>Умеет применять методику анализа и оценки эффективности инвестиционных проектов, выбора оптимальных инвестиционных решений и оценивать риски</p> <p>Умеет анализировать основные ценообразующие факторы на объекты недвижимости</p> |

|                   |   |
|-------------------|---|
| <i>не зачтено</i> | Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке. |
|-------------------|---|

Студент должен выполнить все задания и мероприятия, предусмотренные программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер и определяется:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Зачет проходит в форме ответа на вопросы. Студенты одновременно решают тестовые задания. Каждый студент получает свой персональный вариант теста. Каждый тест состоит из 10 вопросов закрытого типа (7 вопросов теоретических, 3 вопроса практических). На организационную подготовку отводится от 20 до 30 минут, на написание теста – 30 минут. Во время организационной подготовки студентам разъясняют правила проведения зачета и выдаются бланки ответов для заполнения. Каждый студент вытаскивает билет с тестовым заданием. По окончании ответа на вопросы экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на зачет.

Результат по сдаче зачета объявляется студентам после ответа, вносится в аттестационную ведомость и в зачетную книжку. Оценка «не зачтено» проставляется только в ведомости.

## 5. Методические материалы для освоения дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;

- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

| № | Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение   |
|---|--|
| 1 | Особенности маркетинга объектов недвижимости в российской экономике. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Основы менеджмента. Управление человеческими ресурсами.  |
| 2 | Роль рынка недвижимости. Цикл спроса на объекты недвижимости. Маркетинговые исследования объектов недвижимости. Маркетинговые коммуникации. Ценообразование. Бренд-менеджмент. Маркетинговые исследования объектов недвижимости. Маркетинговые коммуникации. Формы коммуникации в маркетинге. Теоретические основы науки о рекламе. Реклама. Стимулирование сбыта объектов недвижимости. |

|   |  |
|---|--|
| 3 | <p>Принципы сегментирования. Определение вероятной рыночной стоимости для объектов, расположенных в конкретном географическом месте и выработка конкурентных преимуществ анализируемого объекта.</p> <p>Анализ эффективности инвестиционных проектов, с учетом необходимости привлечения заемных средств и продолжительности строительства. Управление и комплекс маркетинга. Основы управления объектом коммерческой недвижимости. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям). Маркетинговые услуги на рынке недвижимости. Схема разработки бюджета маркетинга. Контроль за выполнением планов.</p> |
|---|--|

#### Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Оценка собственности. Оценка объектов недвижимости: учебник / А.Н. Асаул, В.Н. Старинский, М.К. Старовойтов, Р.А. Фалтинский; под редакцией А.Н. Асаул. — СПб.: Институт проблем экономического возрождения, 2012. — 270 с. — ISBN 978-5-91460-028-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/18207.html>

### 6 Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

#### 6.1. Основная литература

1. Кожухар В.М. Основы управления недвижимостью. Дашков и К. 2015. <http://www.iprbookshop.ru/10950>
2. Годин А.М. Маркетинг. Дашков и К. 2014. <http://www.iprbookshop.ru/10938>
3. В.Т. Гришина. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Дашков и К. 2013. <http://www.iprbookshop.ru/14059>

#### 6.2. Дополнительная литература

1. Жигалова В.Н. Экономика недвижимости. Эль Контент. 2012. <http://www.iprbookshop.ru/13914>

#### 6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не используются.

#### 6.4. Интернет-ресурсы

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
6. <http://www.marketingandresearch.ru/> - журнал
7. [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru) / - Российская национальная библиотека
8. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) / - Национальная электронная библиотека
9. [www.rsi.ru](http://www.rsi.ru) / - Российская государственная библиотека
10. [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru) / - Поисковая система
11. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) / - Поисковая система
12. [www.busineslearning.ru](http://www.busineslearning.ru) / - Система дистанционного бизнес образования
13. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
14. <http://www.garant.ru/> - Гарант

#### 6.5. Иные источники

Не используются.

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary -

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS  
Web of Science  
Wiley Online Library  
World Bank Elibrary  
Архивы научных журналов NEICON  
Интернет-сервис «Антиплагиат»  
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»  
ЭБС Издательства "Лань"  
ЭБС Юрайт  
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»