

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

**Автор:** Пашина И.В. – доцент

**Наименование дисциплины:** Б1.В.ДВ.О3.02 – Маркетинг в сфере земельных отношений

**Цель освоения дисциплины:**

- формирование представления о роли маркетинга в экономическом развитии страны, региона, отрасли, конкретной фирмы;
- научить проводить комплексное исследование рынка (определение спроса, оценка конъюнктуры, проведение сегментации, формирование маркетинговых планов и т.д.), прогнозировать ценовую и товарную политику на перспективу;
- дать возможность овладеть специфическими знаниями и умениями в области формирования и выбора деловых и функциональных стратегий развития территории;
- дать навыки разработки маркетингового плана и систематического контроля за его реализацией.

### 1. Требования к результатам освоения дисциплины:

| Индекс и содержание компетенции                                                               | Знания                                                                                                                                                                                                                                                                     | Умения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Навыки и (или) опыт деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности. | Этап 1: законодательство и иные нормативно-правовые акты Российской Федерации, регулирующие финансовую, оценочную деятельность.<br>Этап 2: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро-уровне как в России, так и за рубежом. | Этап 1: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов.<br>Этап 2: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных | Этап 1: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.<br>Этап 2: участия в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ. |

|                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | социально-экономических последствий принимаемых решений.                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                             |
| ПК-9 способностью использовать знания о принципах, показателях и методиках кадастровой и экономической оценки земель и других объектов недвижимости | <p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)</li> </ul> | <p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать и организовывать работу подразделения;</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях.</li> </ul> | <p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- системы методов управления;</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- функции менеджмента в рыночной экономике.</li> </ul> |

## 2. Содержание дисциплины:

### Раздел 1. Сущность и значение маркетинга в сфере земельных отношений

Тема 1. Маркетинг как система деятельности на рынке

Тема 2. Маркетинговая среда и организация маркетинговой деятельности в сфере земельных отношений

Тема 3. Товар, как элемент комплекса маркетинга

Тема 4. Сбытовой маркетинг

Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации

### Раздел 2. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования

Тема 6. Цена и ценообразование в маркетинге земельных отношений

Тема 7. Маркетинговая информация и исследования

Тема 8. Покупательское поведение потребителей и деловое покупательское поведение

Тема 9. Маркетинг в бизнес-планировании

Тема 10. Региональный маркетинг. Региональная марка как инструмент маркетинга

## 3. Общая трудоёмкость дисциплины: 2 ЗЕ.