

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

08.03.01 «Строительство»

08.03.01-04 « Экспертиза и управление недвижимостью»

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы маркетинга и предпринимательства»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часов, форма промежуточной аттестации - зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные *17 часов*, практические *17 часов*, самостоятельная работа обучающегося составляет *38 часов*. Предусмотрено выполнение ИДЗ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен приобрести компетенции ОПК-8, ПК-10, ПК-11, а именно:

Знать: состав и содержание нормативных и правовых документов регламентирующих предпринимательскую и маркетинговую деятельность в условиях рыночной экономики; организационно-правовые основы управленческой и предпринимательской деятельности в сфере строительства; основы подготовки документации для создания системы менеджмента качества производственного подразделения.

Уметь: использовать нормативные и правовые документы при создании и функционировании строительного предприятия; применять в управленческой и предпринимательской деятельности методы планирования работы персонала и фондов оплаты труда.

Владеть: методами анализа нормативно-правовых документов, методами проверки на соответствие нормативно-правовой документации стандартам, техническим условиям и другим нормативным документам; методами осуществления инновационных идей, организации производства и эффективного руководства людей.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Сущность предпринимательства. Происхождение и история предпринимательства. Понятие предпринимательства. Предпринимательство как фактор производства. Функции предпринимательства. Организационно-правовые основы и формы предпринимательства. Права и обязанности предпринимателя. Имущественная ответственность. Основные этапы организации производства. Единоличное владение, партнерство, корпорация. ИП, товарищество, общество. Сложные хозяйственные структуры. Порядок создания предпринимательских структур. Подготовка учредительных документов. Получение печати, открытие расчетного счета, лицензирование. Основы бизнес-планирования. Финансирование и кредитование предпринимательства. Оценка коммерческих рисков. Введение в маркетинг. Маркетинговый аспект рыночных отношений. Сущность и содержание рынка. Рынок как сфера товарного обмена и как хозяйственная деятельность. Основные элементы рынка: товарное предложение, спрос, цена, форма проявления рынка. Уровень развития рынка в Российской Федерации и основные условия его формирования.

Сегментация рынка и позиционирование продукции на рынке. Товар в маркетинговой деятельности. Понятие и сущность сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке. Определение емкости рынка. Методика сегментации. Ценовая политика в маркетинге. Ценообразование на рынке недвижимости. Маркетинг в управлении недвижимостью. Рекламная деятельность. Основы, особенности, задачи маркетинга в сфере недвижимости. Маркетинговые службы на рынке недвижимости как эффективный механизм реализации маркетинговой политики на рынке недвижимости.