МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. В.Г. ШУХОВА»

Кафедра **экспертизы и управления недвижимостью**

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
_____
«30» _____ 2015г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины
Основы маркетинга и предпринимательства

направление подготовки (специальность):

08.03.01 – «Строительство»
(шифр и наименование направления бакалавриата, магистра, специальности)

Направленность программы (профиль, специализация):

Экспертиза и управление недвижимостью

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Институт: Архитектурно-строительный институт

Кафедра: Экспертизы и управления недвижимостью

Белгород – 2015

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 08.03.01 Строительство (уровень бакалавриата) Приказ Минобрнауки РФ от 12.03.2015 №201
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 201_ году.

Составитель (составители): доцент _____ (Стрекозова Л.В.)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рецензент(ы): к.э.н., профессор Авилова И.П.

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
Экспертизы и управления недвижимостью

Заведующий кафедрой _____ А.Е.Наумов
(подпись) (ФИО)

«_____» _____ 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры _____
экспертизы и управления недвижимостью
(наименование кафедры)

«24» мая 2016 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой: к.т.н., проф. _____ (А.Е. Наумов)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института
архитектурно-строительного
(наименование института)

«28» мая 2016 г., протокол № 10

Председатель _____ (А.Ю. Феоктистов)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Общепрофессиональные			
1	ОПК-8	умение использовать нормативные правовые документы в профессиональной деятельности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** состав и содержание нормативных и правовых документов регламентирующих предпринимательскую и маркетинговую деятельность в условиях рыночной экономики. **Уметь:** использовать нормативные и правовые документы при создании и функционировании строительного предприятия. **Владеть:** методами анализа нормативно-правовых документов, методами проверки на соответствие нормативно-правовой документации стандартам, техническим условиям и другим нормативным документам
2	…		
Производственно-технологическая и производственно-управленческая деятельность			
1	ПК-10		В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** организационно-правовые основы управленческой и предпринимательской деятельности в сфере строительства **Уметь:** применять в управленческой и предпринимательской деятельности методы планирования работы персонала и фондов оплаты труда **Владеть:** методами планирования работы персонала и фондов оплаты труда
2	ПК-11		В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** основы подготовки документации для создания системы менеджмента качества производственного подразделения **Уметь:** использовать методы и способы эффективного руководства работой людей **Владеть:** методами осуществления инновационных идей, организации производства и эффективного руководства людей

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины «Основы маркетинга и предпринимательской деятельности» основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)
1	Философия
2	Социология
3	Экономика
4	Риэлтерская деятельность

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	**Организация строительного производства**. Участники инвестиционной деятельности. Их функции. Календарное планирование. Сетевое моделирование. Методы организации строительства.
2	**Экономика в строительстве** Издержки производства (себестоимость продукции). Экономика ресурсов. Эффективность производства.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач.единицы, 72 часа

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины, час	72	72
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:		
лекции	17	17
лабораторные	-	
практические	17	17
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	38	38
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задания		
Индивидуальное домашнее задание	5	5
Другие виды самостоятельной работы		
Форма промежуточная аттестация зачет	5	зачет

	рыночной конкуренции: чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция, чистая монополия. Соотношение спроса и цены. Определение возможной цены товара. Методы расчета цен на товары. Виды цен. Разработка и реализация ценовых стратегий. Затратное ценообразование на рынке недвижимости. Система скидок на рынке недвижимости.				
9	**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. Поиск и отбор персонала на основе кадрового маркетинга. Маркетинговые коммуникации и инструменты. Разработка и реализация коммуникационных программ. Реклама как инструмент управления поведением покупателя. Характеристика, виды и способы распространения рекламы. Целевая функция рекламы в маркетинге.	1	1		6
	ВСЕГО ЗА СЕМЕСТР	17	17		36

5.2. Содержание практических (семинарских) занятий.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
1	Порядок создания предпринимательских структур.	Порядок создания предпринимательских структур	2	4
2		Организационно-правовые формы предпринимательства	2	4
3	Основы бизнес-планирования.	Технико-экономический анализ деятельности предприятия. Разработка бизнес-плана.	2	6
4	Финансирование и кредитование предпринимательства	Финансирование и кредитование предпринимательства	2	4
5	Оценка коммерческих рисков.	Оценка коммерческих рисков	2	4

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Наименование тем, их содержание и объем

Курс 2 Семестр №4

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	К-во лекционных часов	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час		
			Практические и др. занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6
1	**Сущность предпринимательства.** Происхождение и история предпринимательства. Понятие предпринимательства. Предпринимательство как фактор производства. Функции предпринимательства	2	2		4
2.	**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	2	2		4
3.	**Порядок создания предпринимательских структур.** Подготовка учредительных документов. Получение печати, открытие расчетного счета, лицензирование.	2	2		4
4.	**Основы бизнес-планирования. Финансирование и кредитование предпринимательства . Оценка коммерческих рисков.** 1. Механизм разработки бизнес-плана. 2. Структура бизнес-плана. 3. Типы финансирования фирмы. 4. Виды кредитов. 5. Инвестиционная деятельность. 6. Определение риска и его функции. 7. Классификация рисков и методы снижения предпринимательских рисков.	2	2		4

	.				
5.	**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. Маркетинг и основные концепции его развития. Принципы, задачи и функции маркетинга. Основные принципы маркетинга: знание рынка, приспособление к рынку, воздействие на рынок. Функции маркетинга: исследование рынка, планирование ассортимента, сбыт и распределение, стимулирование продаж. Задачи маркетинга в зависимости от состояния рынка.	2	2		4
	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация.				
6	Маркетинговые исследования в строительстве и сфере недвижимости. Основные составляющие системы маркетинговой информации. Виды маркетинговых исследований: выявление проблем и формирование целей исследования, отбор источников информации. Анализ собранной информации, представление полученных результатов. Преимущества и недостатки различных методов сбора информации.	2	2		4
7	**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. Определение товара и основные виды классификаций товаров. Недвижимость как товар строительного производства. Особенности недвижимости как товара. Товарные марки.	2	2		4
8	**Ценовая политика в маркетинге. Ценообразование на рынке недвижимости.** Факторы, влияющие на процесс ценообразования. Четыре типа	2	2		4

6	Маркетинговые исследования	Система маркетинговых исследований. Оценка критериев сегментации рынка строительной продукции и позиционирования продукции.	2	4
7	Маркетинговая информация	Решение ситуационных задач «Организация службы маркетинга на предприятии», «Сбор информации», «Оценка конкурентоспособности продукции»	2	4
8	Рекламная деятельность	Решение ситуационных задач «Проблемы проникновения на рынок», «Подготовка эффективной рекламы»	2	4
9		Проведение тест-контроля	1	4
		ВСЕГО	17	38

4.3. Перечень лабораторных занятий, их наименования и объем в часах

Не предусмотрены.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов
1	Основы предпринимательства	Происхождение и история предпринимательства.
2	Основы предпринимательства	Понятие предпринимательства.
3	Основы предпринимательства	Предпринимательство как фактор производства
4	Основы предпринимательства	Функции предпринимательства
5	Основы предпринимательства	Права и обязанности предпринимателя. Имущественная ответственность.
6	Основы предпринимательства	Основные этапы организации производства.
7	Основы предпринимательства	ИП, товарищество, общество.
8	Основы предпринимательства	Сложные хозяйственные структуры
9	Основы предпринимательства	Порядок создания предпринимательских структур
10	Основы предпринимательства	Механизм разработки бизнес-плана.
11	Основы предпринимательства	Структура бизнес-плана..
12	Основы предпринимательства	Типы финансирования фирмы.
13	Основы	Виды кредитов.

	предпринимательства	
14	Основы предпринимательства	Инвестиционная деятельность.
15	Основы предпринимательства	Определение риска и его функции.
16	Основы предпринимательства	Классификация рисков и методы снижения предпринимательских рисков
17	Основы маркетинга	Принципы, задачи и функции маркетинга.
18	Основы маркетинга	Основные принципы маркетинга.
19	Основы маркетинга	Функции маркетинга: исследование рынка, планирование ассортимента, сбыт и распределение, стимулирование продаж
20	Основы маркетинга	Задачи маркетинга в зависимости от состояния рынка.
21	Основы маркетинга	Маркетинговые исследования в строительстве и сфере недвижимости.
22	Основы маркетинга	Основные составляющие системы маркетинговой информации.
23	Основы маркетинга	Преимущества и недостатки различных методов сбора информации.
24	Основы маркетинга	Понятие и сущность сегментирования рынка.
25	Основы маркетинга	Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке.
26	Основы маркетинга	Особенности недвижимости как товара
27	Основы маркетинга	Факторы, влияющие на процесс ценообразования.
28	Основы маркетинга	Типы рыночной конкуренции.
29	Основы маркетинга	Методы ценообразования.
30	Основы маркетинга	Целевая функция рекламы в маркетинге.

5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем.

Не предусмотрены.

5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий.

№ п/п	История российского предпринимательства
1.	Конкуренция предпринимателей
2.	Цена и ценовая политика фирмы
3.	Оценочная деятельность и ее государственное регулирование
4.	Цикл жизни предприятия и тенденции развития фирмы
5.	Проблемы малого бизнеса в России и пути их преодоления
6.	Обеспечение безопасности фирмы
7.	Подходы к планированию стратегии фирмы
8.	Сущность и содержание предпринимательской деятельности
9.	Организационно-правовые формы коммерческих предприятий
10.	Правовые аспекты предпринимательской деятельности
11.	Методы анализа предпринимательской деятельности
12.	Организационно-правовые формы предпринимательства
13.	Методика составления бизнес-плана;
14.	Порядок организации и регистрации предприятия
15.	Особенности принятия обоснованных предпринимательских решений
16.	Законодательные и нормативные акты, регламентирующие

	предпринимательскую деятельность на территории Российской Федерации;
17.	Отечественный и зарубежный опыт в области организации предпринимательской деятельности;
18.	Экономическое содержание предпринимательской деятельности: объекты, субъекты и цели предпринимательства;
19.	Типы предпринимательских решений
20.	Особенности налогообложения и бухгалтерского учета предпринимательской деятельности в Российской Федерации;
21.	Методы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности.
22.	Особенности проблем экономического характера при анализе предпринимательской деятельности;
23.	Методика оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия
24.	Административные барьеры в предпринимательской деятельности
25.	Оценка эффективности предпринимательской деятельности
26.	Методы антикризисного управления предприятием
27.	"Паблик-рилейшнз" – понятия, методы, сфера применения
28.	Бизнес-план предпринимательской деятельности
29.	Сбытовая политика предприятия
30.	Предпринимательские риски
31.	Инновационное предпринимательство

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Перечень основной литературы

1. Крутик, А. Б. Основы предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. - 2-е изд., стер. - Электрон. текстовые дан. - М. : Academia, 2008. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
2. Гусева М.Н. Маркетинг в строительстве: уч.пособие/М.Н.Гусева, 2011.- 318 с.
3. Менеджмент и маркетинг в строительстве: Учебн.пособие: Электронный ресурс/ Е.Н.Чижова, Л.В.Стрекозова – БГТУ им. В.Г.Шухова, 2006г.- 1 дискета
4. Инновационный менеджмент в строительстве: Учебн./ В.И.Теличенко и др., 2008.-198 с.

6.2. Перечень дополнительной литературы

1. КзоТ РФ.

6.3. Перечень интернет ресурсов

1. Российское образование ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПОРТАЛ: http://www.edu.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Компьютерный класс кафедры. Расчет таблиц, построение диаграмм, графиков для анализа закономерности изменения цен и сбыта продукции с помощью электронных таблиц MS Exel.

Лекционные занятия проводятся в аудиториях на 100 и 50 посадочных мест, семинарские и практические занятия – на 20 и 30 посадочных мест. В отведенных для занятий аудиториях имеются учебные доски для требуемых визуализаций излагаемой информации.

В ходе лекционных и семинарских занятий используются учебно-демонстрационные мультимедийные презентации, которые обеспечиваются следующим техническим оснащением:

1. Компьютеры (в комплекте с колонками).
2. Мультимедийный проектор
3. Экран.

Доступ студентов к электронным формам учебно-методических материалов и к Интернет-ресурсам обеспечивается компьютерным классом специализированного кабинета кафедры Экспертизы и управления недвижимостью.

Компьютеры с лицензионным программным обеспечением и мульти-медиа- проектор.

В процессе изучения дисциплины используются такие информационные технологии и активные методы изучения как ситуационный анализ, деловая и ролевая игра во время практических занятий, во время лекционных - мозговой штурм, ресурсы Интернет, анализ справочных материалов. Компьютерная версия пособия, подготовленного кафедрой экспертизы и управления недвижимостью по данной дисциплине. Формы контроля: выполнение контрольных работ и тестов, решение экономических задач, аналитическое изучение, разбор реальных хозяйственных ситуаций, анализ характерных и особых экономических ситуаций, создание перечня возможных экономических рисковых ситуаций и рекомендаций по разрешению этих рисков, реферирование статей периодической печати и их анализ, обсуждение актуальных проблем на творческих группах, экономические сочинения по проблемам изученных тем. Используется тестирование, как метод текущей проверки знаний.

№ п/п	Разделы (модули), темы дисциплины (в соответствии с п. 5.1)	Интерактивные методы и формы обучения
1.	**Сущность предпринимательства.** Происхождение и история предпринимательства. Понятие предпринимательства. Предпринимательство как фактор производства. Функции предпринимательства	
2.	**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	Интерактивная лекция
3.	**Порядок создания предпринимательских структур.** Подготовка учредительных документов. Получение печати, открытие расчетного счета, лицензирование.	Интерактивная лекция
4.	**Основы бизнес-планирования. Финансирование и кредитование предпринимательства. Оценка коммерческих рисков.** 8. Механизм разработки бизнес-плана. 9. Структура бизнес-плана.	Мозговой штурм

	10. Типы финансирования фирмы. 11. Виды кредитов. 12. Инвестиционная деятельность. 13. Определение риска и его функции. Классификация рисков и методы снижения предпринимательских рисков	
5.	**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. Маркетинг и основные концепции его развития. Принципы, задачи и функции маркетинга. Основные принципы маркетинга: знание рынка, приспособление к рынку, воздействие на рынок. Функции маркетинга: исследование рынка, планирование ассортимента, сбыт и распределение, стимулирование продаж. Задачи маркетинга в зависимости от состояния рынка.	Интерактивная лекция
6.	**Маркетинговые исследования и маркетинговая иформация** Маркетинговые исследования в строительстве и сфере недвижимости. Основные составляющие системы маркетинговой информации. Виды маркетинговых исследований: выявление проблем и формирование целей исследования, отбор источников информации. Анализ собранной информации, представление полученных результатов. Преимущества и недостатки различных методов сбора информации.	Кейс-технология
7.	**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. Определение товара и основные виды классификаций товаров. Недвижимость как товар строительного производства. Особенности недвижимости как товара. Товарные марки.	
8.	**Ценовая политика в маркетинге. Ценообразование на рынке недвижимости.** Факторы, влияющие на процесс ценообразования. Четыре типа рыночной	

	конкуренции: чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция, чистая монополия. Соотношение спроса и цены. Определение возможной цены товара. Методы расчета цен на товары. Виды цен. Разработка и реализация ценовых стратегий. Затратное ценообразование на рынке недвижимости. Система скидок на рынке недвижимости.	
9.	**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. Поиск и отбор персонала на основе кадрового маркетинга. Маркетинговые коммуникации и инструменты. Разработка и реализация коммуникационных программ. Реклама как инструмент управления поведением покупателя. Характеристика, виды и способы распространения рекламы. Целевая функция рекламы в маркетинге.	Интерактивная лекция

Приложение №1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы маркетинга и предпринимательской деятельности»

Изучение дисциплины предполагает решение ряда сложных задач, что дает возможность студентам:

- сформировать представление о технологии менеджмента, его основных процессах, функциях и задачах на современном этапе развития экономики России;
- выработать системный подход к анализу состояния и направлений развития предприятия в современных условиях хозяйствования;
- изучить проблемы, стоящие перед строительным предприятием, а также выявить слабые и сильные стороны деятельности;
- ознакомиться с методами разработки и проведения кадровой политики на предприятии;
- сформировать представления об управлении созданием инновационных проектов;
- овладеть технологией разработки стратегии поведения строительной организации на рынке и обеспечить рациональное управление экономическими и производственными процессами на предприятии;
- приобрести навыки совершенствования управления в соответствии с тенденциями социально-экономического развития государства.

Занятия проводятся в виде лекций и практических занятий. Важное значение для изучения курса имеет самостоятельная работа студентов.

Формы контроля знаний студентов предполагают текущий и итоговый контроль. Текущий контроль знаний проводится в форме систематических опросов, периодического тестирования, решений задач и проведения письменных работ. Формой итогового контроля является зачет.

Распределение материала дисциплины по темам и требования к ее освоению содержатся в Рабочей программе дисциплины, которая определяет содержание и особенности изучения курса.

Первые четыре темы, посвящены основам менеджмента, истории и эволюции науки управления, его сущности, функциям, задачам и основными процессами. Особое внимание следует уделить основам управления производства, инновационному и финансовому менеджменту, а также разработке и проведению кадровой политики на предприятиях строительной отрасли.

Для активизации работы студентов на практических занятиях, рекомендуется дать им задание разработать бизнес-план строительной фирмы, а также подготовить доклады по следующим проблемам: особенности стратегического управления строительной фирмой в современных условиях, значение разработки бизнес-плана организации, анализ факторов эффективности менеджмента.

На практических занятиях целесообразно предложить студентам провести деловые игры на содержание управленческой деятельности и технологию принятия управленческого решения.

Рекомендуется дать студентам задание подготовить доклады (рефераты) о сущности, целях и задачах менеджмента на предприятиях строительного комплекса, о функциях внутрифирменного управления, принятии и реализации управленческих решений.

По теме 1 на практических занятиях целесообразно обсудить вопросы 1, 2, 3, 4 из Учебного пособия

По теме 2 - вопросы 1, 3, 5, 6, 7.

По теме 3 - вопросы 1-11.

По теме 4 - вопросы 1-21.

По теме 5 - вопросы 1-9.

Осуществлять проверку усвоения основных понятий, классификаций эффективнее всего в форме опросов.

6 темой занятия является изучение маркетинга, как одной из функций менеджмента, как системы управление деятельностью предприятия, нацеленная на эффективное удовлетворение потребительского спроса. Необходимость изучения маркетинга обусловлена переходом на новые условия хозяйствования, обеспечением сбалансированности спроса и предложения, становлением внутреннего рынка страны и развитием внешнеэкономических связей. На лекциях рекомендуется особое внимание уделить маркетинговым исследованиям рынка строительной продукции, специфическим его особенностям. Кроме того, необходимо рассмотреть маркетинговую среду, ее основные элементы (факторы) и их влияние на маркетинг строительства, а также рассмотреть стратегию поведения строительной организации на рынке, провести сегментацию и позиционирование строительной продукции, политику ценообразования в строительной отрасли, методами ценообразования и факторами, влияющими на ценообразование.

Для активизации работы студентов на практических занятиях рекомендуется дать задания и подготовить доклады по следующим вопросам: особенности управления маркетинговой деятельностью в строительной организации, анализ современных концепций маркетинга, значение и роль маркетинга в системе рыночной ориентации фирмы.

На практических занятиях по теме 6 рекомендуется рассмотреть вопросы 1, 2, 3, 4, из Учебного пособия, по теме 7 -вопросы 5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18, по теме 8- вопросы 1,2,3,4,5,6,7.

Контроль знаний по разделу «Основы маркетинга и предпринимательской деятельности» следует осуществлять в форме устных опросов, тестирования.

Самостоятельная работа является главным условием успешного освоения изучаемой учебной дисциплины и формирования высокого профессионализма будущих бакалавров по направлению "Строительство".

Исходный этап изучения курса «Основы маркетинга и предпринимательской деятельности» предполагает ознакомление с *Рабочей программой,* характеризующей границы и содержание учебного материала, который подлежит освоению.

Изучение отдельных тем курса необходимо осуществлять в соответствии с поставленными в них целями, их значимостью, основываясь на содержании и вопросах, поставленных в лекции преподавателя и приведенных в планах и заданиях к практическим занятиям, а также учебном пособии для студентов заочного обучения.

В учебниках и учебных пособиях, представленных в *списке рекомендуемой литературы* содержатся возможные ответы на поставленные вопросы. Инструментами освоения учебного материала являются основные *термины и понятия,* составляющие категориальный аппарат дисциплины. Их осмысление, запоминание и практическое использование являются обязательным условием овладения курсом.

Для более глубокого изучения проблем курса при подготовке контрольных работ, рефератов, докладов и выступлений необходимо ознакомиться с публикациями в периодических экономических изданиях и статистическими материалами. Поиск и подбор таких изданий, статей, материалов и монографий осуществляется на основе библиографических указаний и предметных каталогов.

Изучение каждой темы следует завершать выполнением практических заданий, ответами на тесты, решением задач, содержащихся в соответствующих разделах учебников и учебных пособий по курсу «Основы маркетинга и предпринимательской деятельности». Для обеспечения систематического контроля над процессом усвоения тем курса следует пользоваться перечнем контрольных вопросов для проверки знаний по дисциплине, содержащихся в планах и заданиях к практическим занятиям и учебном пособии для студентов заочного отделения. Если при ответах на сформулированные в перечне вопросы возникнут затруднения, необходимо очередной раз вернуться к изучению соответствующей темы, либо обратиться за консультацией к преподавателю.

Успешное освоение курса дисциплины возможно лишь при систематической работе, требующей глубокого осмысления и повторения пройденного материала, поэтому необходимо делать соответствующие записи по каждой теме.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2016/2017 учебный год.

Протокол № 13 заседания кафедры от «4» 08 2016г.

Заведующий кафедрой _____

подпись, ФИО

Директор института _____

подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2017/2018 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от « 1 » 06 2017г.

Заведующий кафедрой _____

подпись, ФИО

Директор института _____

подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2018/2019 учебный год.

Протокол № 8 заседания кафедры от «16» 05 2018 г.

Заведующий кафедрой _____

подпись, ФИО

Директор института _____

подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа без изменений утверждена на 2019 /2020 учебный год.

Протокол № 9 заседания кафедры от «14» мая 2019 г.

Заведующий кафедрой _____
подпись, ФИО

Директор института _____
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа без изменений утверждена на 2020 /2021 учебный год.

Протокол № 8 заседания кафедры от «25» мая 2020г.

Заведующий кафедрой _____
подпись, ФИО

Директор института _____
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа без изменений утверждена на 2021 /2022 учебный год.

Протокол № 6 заседания кафедры от «14» мая 2021г.

Заведующий кафедрой _____
подпись, ФИО

Директор института _____
подпись, ФИО