

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Клочков Юрий Сергеевич

Должность: и.о. ректора

Дата подписания: 02.04.2024 15:35:34

Уникальный программный ключ:

4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СТРОИТЕЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ

Кафедра управления строительством и ЖКХ

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой УСиЖКХ

_____ Е.Г. Матыс

« _____ » _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: «Маркетинг в строительстве»

направление подготовки: 08.03.01 «Строительство»

направленность(профиль): «Организация инвестиционно-строительной деятельности»

форма обучения: очная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры УСиЖКХ
Протокол № 1 от 30.08.2023 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели изучения дисциплины- ознакомление обучающихся с концептуальными основами в области маркетинга в строительстве, формирование у обучающихся практических умений и навыков применения инструментов маркетинга.

Задачи дисциплины:

- формирование целостного представления об основах маркетинга;
- ознакомление с прикладными методами маркетинговых исследований;
- изучение комплекса маркетинга и его особенностей в строительстве;
- формирование навыков анализа маркетинговой среды и сегментирования рынка, для принятия управленческих решений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг в строительстве» относится к элективным дисциплинам части Блока 1, формируемой участником образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 08.03.01 «Строительство».

Содержание дисциплины «Маркетинг в строительстве» является логическим продолжением дисциплины «Экономика» «Технологическое предпринимательство».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

- знание основ экономической деятельности;
- основных законов и закономерностей функционирования экономики, необходимых для решения предпринимательских задач;
- знание основных методов принятия экономических решений;
- умения анализировать цели и декомпозировать задачи по ее достижению;
- владение навыками применения экономических знаний при выполнении практических задач;
- владение навыками методами анализа цели и постановки задач для ее достижения.

Содержание дисциплины «Маркетинг в строительстве» служит основой для освоения дисциплин: «Девелопмент в сложившейся застройке», «Экономика строительства, ценообразование и сметное дело», «Экономическое обоснование инвестиционно -строительных проектов», «Оценка недвижимости», «Оценка собственности».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины/модуля направлен на формирование следующих компетенций

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции(ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает основные законы и закономерности функционирования экономики, необходимые для решения профессиональных задач	Знать: <i>З1</i> основные понятия маркетинга и их взаимосвязь
		Уметь: <i>У1</i> описывать основные виды маркетинговой среды в строительстве
		Владеть: <i>В1</i> терминологией в области маркетинга в строительстве
	УК-9.2. Применяет экономические знания при выполнении практических задач	Знать: <i>З2</i> содержание составляющих комплекса маркетинга.
		Уметь: <i>У2</i> осуществлять сбор и качественную обработку полученной маркетинговой информации
		Владеть: <i>В2</i> навыками анализа маркетинговой среды и сегментирования рынка для принятия управленческих решений
	УК-9.3. Использует основные положения и методы экономических наук при	Знать: <i>З3</i> алгоритм и инструменты маркетинговых исследований
		Уметь: <i>У3</i> описывать концепции маркетинга, требования к сегментам рынка

	решении профессиональных задач	Владеть: <i>B3</i> навыками принятия решений по результатам исследований в области маркетинга в строительстве
ПКС 1- способность осуществлять деятельность по прединвестиционной подготовке инвестиционно-строительного проекта.	ПКС-1.1. Информационно-аналитическая подготовка инвестиционно-строительного проекта	Знать: <i>34</i> способы проведения маркетинговых исследований при подготовке инвестиционно-строительного проекта
		Уметь: <i>У4</i> организовывать полный цикл маркетинговых исследований подготовка инвестиционно-строительного проекта
		Владеть: <i>B4</i> навыками использования результатов маркетинговых исследований при реализации инвестиционно-строительного проекта

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
очная	3/5	18	18		45	27	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочное средство
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб				
1	1	Маркетинг и маркетинговые исследования.	6	6		15	27	УК-9.1 УК-9.3	Практические задания
2	2	Управление маркетинговой деятельностью в строительстве	6	6		15	27	УК-9.2 ПКС-1.1	Расчетно-аналитическая работа
3	3	Система маркетинговых коммуникаций в строительстве	6	6		15	27	УК-9.1, УК-9.2, УК-9.3	Практические задания
4	Экзамен		-	-	-	27	27	УК-9.1, УК-9.2, УК-9.3, ПКС-1.1	Экзаменационные вопросы, задачи
Итого:			18	18		72	108		

заочная форма обучения (ЗФО)

Не реализуется

очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется

5.2. Содержание дисциплины

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Маркетинг и маркетинговые исследования.

Понятие и сущность маркетинга. Классификация и содержание видов маркетинга. Методы маркетинга. Основные функции маркетинга. Понятие системы маркетинговой информации. Маркетинговые исследования и анализ информации. Моделирование рынка в сфере строительства. Оценка фактического сбыта и доли рынка

Раздел 2. Управление маркетинговой деятельностью в строительстве.

Цели и принципы планирования маркетинговой деятельности в строительстве. Концепции управления маркетинговой деятельностью: совершенствования товара, совершенствования производства, коммерческих усилий, маркетинга и социально-этического маркетинга.

Раздел 3. Система маркетинговых коммуникаций в строительстве.

Понятие и виды продвижения: реклама, работа по связям с общественностью, персональные продажи, стимулирование сбыта, прямой маркетинг. Элементы коммуникационного процесса. Планирование и цели продвижения. Бюджет. Структура продвижения. Создание обращения. Выбор средств распространения информации

5.2.2. Содержание дисциплины

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	6	-	-	Маркетинг и маркетинговые исследования.
2	2	6	-	-	Управление маркетинговой деятельностью в строительстве
3	3	6	-	-	Система маркетинговых коммуникаций в строительстве
Итого:		18	-	-	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	6	-	-	Маркетинг и маркетинговые исследования.
2	2	6	-	-	Управление маркетинговой деятельностью в строительстве
3	3	6	-	-	Система маркетинговых коммуникаций в строительстве
Итого:		18			

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	1	15	-	-	Маркетинг и маркетинговые исследования.	Подготовка к практическим занятиям
2	2	15	-	-	Управление маркетинговой деятельностью в строительстве	Подготовка к практическим занятиям
3	3	15	-	-	Система маркетинговых коммуникаций в строительстве	Подготовка к практическим занятиям
4	экзамен	27	-	-		Экзаменационные вопросы, задачи
Итого:		72	-	-		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в Power Point в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- разбор практических ситуаций, решение задач (практические занятия, СРС);
- работа в малых группах (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Выполнение практических заданий по теме "Маркетинг и маркетинговые исследования"	30
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2	Выполнение расчетно-аналитической работы на тему "Анализ строительного рынка"	40
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	40
3 текущая аттестация		
3	Выполнение практических заданий по теме "Анализ маркетинговых коммуникаций в строительстве"	30
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	30
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ
- Научные журналы ТИУ
- ЭКБСОН-информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

- Электронно-библиотечная система IPR SMART//IPR BOOKS

- Электронно-библиотечная система «Консультант студента»

- Электронно-библиотечная система «Лань»

- Электронная библиотека ЮРАЙТ

- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU

- Национальная электронная библиотека (НЭБ).

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства.

- Microsoft Office Professional Plus;

- Windows: word, excel.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Маркетинг в строительстве	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте – 1 шт., проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения лабораторных занятий; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте – 15 шт.</p>	<p>625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2</p> <p>625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2</p>

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к лабораторным занятиям.

Успешная подготовка к практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг в строительстве» предполагает активную работу на лекционных занятиях, систематическое изучение материалов лекций, чтение специальной литературы, работу с аналитическими обзорами и статистической информацией.

На практических занятиях обучающиеся собирают и анализируют информацию по строительному рынку, сравнивают её возможности с возможностями конкурентов, анализируют маркетинговые коммуникации в строительстве на рынке конкретного региона.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся заключается в индивидуальном рассмотрении и освоении тем дисциплины. На занятиях преподаватель дает рекомендации необходимые для освоения материала. В ходе самостоятельной работы, обучающиеся должны подготовиться к аналитическим работам практических занятий, изучить теоретический материал по разделам. Обучающиеся должны понимать содержание выполненной работы (знать определения понятий, уметь разъяснить значение и смысл любого термина, используемого в работе и т.п.).

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Маркетинг в строительстве

Направление подготовки: 08.03.01 Строительство

Направленность(профиль):«Организация инвестиционно-строительной деятельности»

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает основные законы и закономерности функционирования экономики, необходимые для решения профессиональных задач	Знать: 31 основные понятия маркетинга и их взаимосвязь	не знает основные понятия маркетинга и их взаимосвязь	знает основные понятия маркетинга и их взаимосвязь, допуская значительные ошибки	знает основные понятия маркетинга и их взаимосвязь с незначительными ошибками	знает основные понятия маркетинга и их взаимосвязь
		Уметь: У1 описывать основные виды маркетинговой среды в строительстве	не умеет описывать основные виды маркетинговой среды в строительстве	умеет описывать основные виды маркетинговой среды в строительстве, допуская значительные ошибки	умеет описывать основные виды маркетинговой среды в строительстве с незначительными ошибками	умеет описывать основные виды маркетинговой среды в строительстве
		Владеть: В1 терминологией в области маркетинга в строительстве	не владеет терминологией в области маркетинга в строительстве	владеет терминологией в области маркетинга в строительстве, допуская ошибки	владеет терминологией в области маркетинга в строительстве, допуская незначительные ошибки	в совершенстве владеет терминологией в области маркетинга в строительстве
	УК-9.2. Применяет экономические знания при выполнении практических задач	Знать: 32 содержание составляющих комплекса маркетинга.	не знает содержание составляющих комплекса маркетинга.	знает содержание составляющих комплекса маркетинга, допуская значительные ошибки	знает содержание составляющих комплекса маркетинга с незначительными ошибками	знает содержание составляющих комплекса маркетинга.

		Уметь: <i>У2</i> осуществлять сбор и качественную обработку полученной маркетинговой информации	не умеет осуществлять сбор и качественную обработку полученной маркетинговой информации	умеет осуществлять сбор и качественную обработку полученной маркетинговой информации, допуская значительные ошибки	умеет осуществлять сбор и качественную обработку полученной маркетинговой информации с незначительными ошибками	умеет осуществлять сбор и качественную обработку полученной маркетинговой информации
		Владеть: <i>В2</i> навыками анализа маркетинговой среды и сегментирования рынка для принятия управленческих решений	отсутствие навыков анализа маркетинговой среды и сегментирования рынка для принятия управленческих решений	владеет навыками анализа маркетинговой среды и сегментирования рынка для принятия управленческих решений, допуская ошибки	владеет навыками анализа маркетинговой среды и сегментирования рынка для принятия управленческих решений, допуская незначительные ошибки	в совершенстве владеет навыками анализа маркетинговой среды и сегментирования рынка для принятия управленческих решений
УК-9.3. Использует основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач		Знать: <i>З3</i> алгоритм и инструменты маркетинговых исследований	не знает алгоритм и инструменты маркетинговых исследований	знает алгоритм и инструменты маркетинговых исследований, допуская значительные ошибки	знает алгоритм и инструменты маркетинговых исследований с незначительными ошибками	знает алгоритм и инструменты маркетинговых исследований
		Уметь: <i>У3</i> описывать концепции маркетинга, требования к сегментам рынка	не умеет описывать концепции маркетинга, требования к сегментам рынка	умеет описывать концепции маркетинга, требования к сегментам рынка, допуская значительные ошибки	умеет описывать концепции маркетинга, требования к сегментам рынка с незначительными ошибками	умеет описывать концепции маркетинга, требования к сегментам рынка
		Владеть: <i>В3</i> навыками принятия решений по результатам исследований в области маркетинга в строительстве	отсутствие навыков принятия решений по результатам исследований в области маркетинга в строительстве	владеет навыками принятия решений по результатам исследований в области маркетинга в строительстве, допуская ошибки	владеет навыками принятия решений по результатам исследований в области маркетинга в строительстве, допуская незначительные ошибки	в совершенстве владеет навыками принятия решений по результатам исследований в области маркетинга в строительстве

<p>ПКС -1 способность осуществлять деятельность по прединвестиционной подготовке инвестиционно- строительного проекта.</p>	<p>ПКС-1.1. Информационно- аналитическая подготовка инвестиционно- строительного проекта</p>	<p>Знать: 34 способы проведения маркетинговых исследований при подготовке инвестиционно- строительного проекта</p>	<p>не знает способы проведения маркетинговых исследований при подготовке инвестиционно- строительного проекта</p>	<p>знает способы проведения маркетинговых исследований при подготовке инвестиционно- строительного проекта, допуская значительные ошибки</p>	<p>знает способы проведения маркетинговых исследований при подготовке инвестиционно- строительного проекта с незначительными ошибками</p>	<p>знает способы проведения маркетинговых исследований при подготовке инвестиционно- строительного проекта</p>
		<p>Уметь: У4 организовывать полный цикл маркетинговых исследований подготовка инвестиционно- строительного проекта</p>	<p>не умеет организовывать полный цикл маркетинговых исследований подготовка инвестиционно- строительного проекта</p>	<p>умеет организовывать полный цикл маркетинговых исследований подготовка инвестиционно- строительного проекта, допуская значительные ошибки</p>	<p>умеет организовывать полный цикл маркетинговых исследований подготовка инвестиционно- строительного проекта с незначительными ошибками</p>	<p>умеет организовывать полный цикл маркетинговых исследований подготовка инвестиционно- строительного проекта</p>
		<p>Владеть: В4 навыками использования результатов маркетинговых исследований при реализации инвестиционно- строительного проекта</p>	<p>отсутствие навыков использования результатов маркетинговых исследований при реализации инвестиционно- строительного проекта</p>	<p>владеет навыками использования результатов маркетинговых исследований при реализации инвестиционно- строительного проекта, допуская ошибки</p>	<p>владеет навыками использования результатов маркетинговых исследований при реализации инвестиционно- строительного проекта, допуская незначительные ошибки</p>	<p>в совершенстве владеет навыками использования результатов маркетинговых исследований при реализации инвестиционно- строительного проекта</p>

**КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Маркетинг в строительстве

Направление подготовки: 08.03.01 Строительство

Направленность (профиль): «Организация инвестиционно-строительной деятельности»

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, Автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС(+/-)
1	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490035	ЭР*	25	100	+
2	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490035	ЭР*	25	100	+
3	Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490827	ЭР*	25	100	+
4	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/509104	ЭР*	25	100	+

Лист согласования

Внутренний документ "Маркетинг в строительстве_2023_08.03.01_ИСДб"

Документ подготовил: Александрова Наталья Николаевна

Документ подписал: Бай Владимир Федорович

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат	Дата	Комментарий
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень кандидата наук	Матыс Елена Геннадьевна		Согласовано	26.09.2023	
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано	18.10.2023	
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано	18.10.2023	