

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

ФТД.02 Управление маркетингом в строительном  
комплексе

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

08.03.01 Строительство

Направленность (профиль)

08.03.01.32 Промышленное и гражданское строительство

Форма обучения

заочная

Год набора

2021

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили \_\_\_\_\_

к.э.н, доцент, Шибеева Т.А.

\_\_\_\_\_

должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов современной системы взглядов и специальных знаний маркетинга строительной отрасли, приобретение практических навыков выполнения исследований рынков, знакомство с сущностью маркетинга инвестиционной и инновационной деятельности в отрасли, организационными маркетинговыми формами и структурами в строительстве.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

приобретение знаний, умений и навыков по вопросам: маркетинговых информационных систем, получение и анализа маркетинговой информации, стратегического и оперативного планирования маркетинговой политики

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-8: Способность проводить технико-экономическую оценку зданий (сооружений) промышленного и гражданского назначения</b>	
ПК-8: Способность проводить технико-экономическую оценку зданий (сооружений) промышленного и гражданского назначения	методику определения стоимости проектируемого здания (сооружения) промышленного и гражданского назначения по укрупненным показателям определять стоимость проектируемого здания (сооружения) промышленного и гражданского назначения по укрупненным показателям  определения стоимости проектируемого здания (сооружения) промышленного и гражданского назначения по укрупненным показателям

### 1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: .

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
				Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1.</b>											
		1. Социально-экономическая основа маркетинга в строительном комплексе									
		2. Социально-экономическая основа маркетинга в строительном комплексе									
		3. Социально-экономическая основа маркетинга в строительном комплексе							10		
		4. Маркетинговая среда в строительном комплексе									

5. Маркетинговая среда в строительном комплексе								
6. Маркетинговая среда в строительном комплексе							10	
7. Сегментация рынка и анализ конкурентов в строительном комплексе	2							
8. Сегментация рынка и анализ конкурентов в строительном комплексе								
9. Сегментация рынка и анализ конкурентов в строительном комплексе							10	
10. Исследование товарного рынка в строительном комплексе								
11. Исследование товарного рынка в строительном комплексе			2					
12. Исследование товарного рынка в строительном комплексе							10	
13. Товарная политика и ценообразование в строительном комплексе								
14. Товарная политика и ценообразование в строительном комплексе			1					
15. Товарная политика и ценообразование в строительном комплексе							10	
16. Маркетинговые коммуникации в строительном комплексе	2							
17. Маркетинговые коммуникации в строительном комплексе			1					
18. Маркетинговые коммуникации в строительном комплексе							10	

Bcero	4		4				60	
-------	---	--	---	--	--	--	----	--

#### **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

**4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

**4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

#### **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

**6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**