

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, профессор


В.Ф.Володько
подпись

14.06.2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

МАРКЕТИНГ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление 1-26 02 02-04 Менеджмент (недвижимости)

Студент 10801314
группы


подпись

М. В. Войчевский

Руководитель
(к.э.н., доцент)


подпись

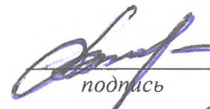
П.В. Сачек

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(к.э.н., доцент)


подпись

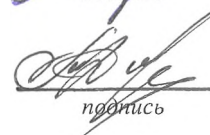
П.В. Сачек

по технологической части
(к.п.н., доцент)


подпись

О. М. Володько

Ответственный за нормоконтроль
(ст. преподаватель)


подпись

Т. В. Данильченко

Объем работы:
дипломная работа – 84 страницы;
графическая часть – 12 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 84 стр., 9 рисунков, 24 таблицы,
34 использованных источника

РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТ

Целью дипломной работы –изучить теоретические и практические аспекты проведения маркетинговых исследований на примере агентства недвижимости УП «Дианэст».

Объект исследования –агентство недвижимости УП «Дианэст».

Предметом исследования является проведение маркетинговых исследований на рынке недвижимости.

Для реализации цели работы необходимо выполнить следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты маркетинговой деятельности в сфере недвижимости.
2. Провести анализ деятельности предприятия по продвижению объекта недвижимости.
3. Выдать практические рекомендации по улучшению работы в маркетинговой деятельности.
4. Внедрить должность менеджера по рекламе в агентство недвижимости «Дианэст».

Элементом новизны полученных результатов является разработанные мероприятия по повышению маркетинговой деятельности агентства недвижимости.

Область возможного практического применения результатов исследования – агентства недвижимости.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на авторов.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О государственной регистрации недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним: Закон Республики Беларусь от 22.07.2002 №133-III // Ведомости Верховного Совета РБ. – 2002. – № 19. – С. 66.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: Высшая школа, 2011. – 480 с.
3. Бабук, И.М. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.М. Бабук. – Минск: ИВЦ Минфина, 2009. – 327 с.
4. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом: учеб. пособие / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремина. – М: Академия, 2016. – 224 с.
5. Бандурка, А.М. Психология управления / А.М. Бандурка, С.П. Бочарова, Е.В. Землянская. – Харьков: Фортуна-Пресс, 2008. – 336 с.
6. Башев, Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Башев. – М.: Экономика, 2009. – 249 с.
7. Белокрылова, О.С. Экономическая теория: учебник / О.С. Белокрылова – Р/н-Д.: Феникс, 2011. – 448 с.
8. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: Кнорус, 2015. – 672 с.
9. Бун, Л. Современный маркетинг: учебник / Л. Бун, Д. Куртц. – М.: Юнити, 2013. – 265 с.
10. Васильева, Л.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Л.С. Васильева, Е.М. Штейн, М.В. Петровская. – М.: Экзамен, 2010. – 319 с.
11. Володько, В.Л. Дипломная работа: методическое пособие. По специальностям «менеджмент» и «бухгалтерский учет, анализ и аудит». / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2014. – 71 с.
12. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учеб. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: АiВ, 2010. – 304 с.
13. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учебник / Т.П. Данько. – М.: Инфра-М, 2009. – 363 с.
14. Дикарева, В.А. Основы современного маркетинга / В.А. Дикарева. – М.: Граница, 2011. – 170 с.
15. Ермолович, Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Л.Л. Ермолович, О.В. Головач, Л.Г. Сивчик, И.В. Щитникова. – Минск: Современная школа, 2010. – 479 с.
16. Журавель, В. Маркетинг в недвижимости / В. Журавель // Энциклопедия маркетинга. – 2017. – №7. – С. 12-18.

17. Журавлев, Н. Экономическая сущность недвижимости в рыночной экономике / Н. Журавлев // Социально-экономическое явление и процессы. – 2018. – №1. – С. 68-75.
18. Касперович, О. Хочешь работать – умей вертеться / О. Касперович // Белорусы и рынок. – 2012. – №19. – С. 4-5.
19. Кашкан В. Маркетинговые исследования: виды, примеры. / В. Кашкан // Генеральный директор. – 2014. – №9. – С. 1-6.
20. Короткий, Ю. Формализация подхода к маркетинговым исследованиям / Ю. Короткий // Маркетинг. – 2017. – №2. – С. 60-70.
21. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник / А.В. Коротков. – М.: Юрайт, 2012. – 595 с.
22. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина.– М.: Форум, 2013. – 191 с.
23. Морозов, А.В. Деловая психология / А.В. Морозов. – СПб.: Союз, 2000. – 430 с.
24. Никифоров, Г.С. Психология менеджмента / Г.С. Никифоров. – СПб.: Гуманитарный центр, 2009. – 512 с.
25. Попов, В.М. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях / В.М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 390 с.
26. Попов, Е. Планирование маркетинговых исследований на рынке недвижимости / Е. Попов // Маркетинг. – 2010. – №1. – С. 101-108.
27. Раицкий, К.А. Экономика и управление в организациях: учебное пособие / К.А. Раицкий. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.
28. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
29. Самыгин, С.И. Менеджмент персонала / С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко. – Р/н-Д.: Феникс, 2007. – 265 с.
30. Синяк, Н. Анализ рынка недвижимости в Республике Беларусь / Н. Синяк // Строительство и недвижимость. – 2014. – №12. – С. 21-27.
31. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б.Е. Токарев. – М.: Экономист, 2005. – 624 с.
32. Тычинский, А.В. Экономика, организация и управление на предприятии: учеб. пособие / А.В. Тычинский. – Р/н-Д.: Феникс, 2010. – 475 с.
33. Черняк, В.З. Управление недвижимостью / В.З. Черняк. – М.: Экзамен, 2007. – 319 с.
34. Юнацкевич, П.И. Маркетинг недвижимости / П.И. Юнацкевич. – СПб.: Сентябрь, 2007. – 264 с.