

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

СИДОРКИНА
Галина Игоревна

**ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В РИЕЛТЕРСКОМ БИЗНЕСЕ НА ПРИМЕРЕ РЧУП «МОЛЬНАР»**

Дипломная работа

Научный руководитель:
магистр экономических наук,
старший преподаватель
Н. И. Климкович

Допущена к защите
«__» _____ 2016 г.
Зав. кафедрой управления недвижимостью
_____ Т. В. Борздова
кандидат технических наук, доцент

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 64 с., 3 рис., 12 табл., 45 источников, 8 приложений.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, ОРГАНИЗАЦИЯ, РИЭЛТЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ, РЕКЛАМА.

Объект исследования – маркетинговая деятельность в риэлтерской организации.

Цель работы – теоретическое обоснование и разработка основных направлений совершенствования маркетинговой деятельности РЧУП «Мольнар».

В процессе работы раскрыто содержание процесса маркетинговой деятельности; конкретизированы понятие «маркетинг», определены основные составляющие маркетинговой деятельности, а также методы и формы маркетинга в риэлтерской организации; исследован рынок недвижимости Республики Беларусь; выявлены основные тенденции изменения количества сделок на рынке недвижимости; разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в РЧУП «Мольнар».

Областью практического применения являются рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в риэлтерских организациях.

Элементом научной новизны полученных результатов является индивидуальный подход маркетинговых служб в организации маркетинговой кампании, с учетом специфики рынка и возможностей.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический и расчетный материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого вопроса, а все заимствованные из литературных и других источников, теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 64 с., 3 мал., 12 табл., 45 крыніцы, 8 дадатку.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, АРГАНІЗАЦЫЯ, РЫЭЛТАРСКАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЫНАК НЕРУХОМАСЦІ, РЭКЛЯМА.

Аб'ект даследавання – маркетынговая дзейнасць у рыэлтарскай арганізацыі.

Мэта работы – тэарэтычнае абгрунтаванне і распрацоўка асноўных напрамкаў удасканалення маркетынгавай дзейнасці РЧУП «Мольнар».

У працэсе работы раскрыта ўтрыманне працэсу маркетынгавай дзейнасці; канкрэтызаваны паняцце «маркетынг», вызначаны асноўныя складнікі маркетынгавай дзейнасці, а таксама метады і формы маркетынгу ў рыэлтарскай арганізацыі; даследаваны рынак нерухомасці Рэспублікі Беларусь; выяўлены асноўныя тэндэнцыі змены колькасці здзелак на рынку нерухомасці; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці ў РЧУП «Мольнар».

Вобласцю практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці ў рыэлтарскіх арганізацыях.

Элементарам навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляецца індывідуальны падыход маркетынговых службаў у арганізацыі маркетынгавай кампаніі, з улікам спецыфікі рынку і магчымасцяў.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны і разліковы матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага пытання, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц, тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Thesis: 64 p., 3 Figure, 12 Table, 45 source, 8 application.

Keywords: MARKETING, ORGANIZATION, REAL ESTATE ACTIVITIES, REAL ESTATE MARKET, TRADE.

The object of research – marketing activities in a real estate company.

The purpose of work – theoretical foundation and development of the basic directions of perfection of marketing activity RCHUP «Molnar».

In operation, the disclosed content of the process of marketing activities; fleshed out the concept of «marketing», the basic components of marketing activities, as well as the methods and forms of marketing in a real estate company; investigated the real estate market of the Republic of Belarus; It identified the main trends in the number of transactions in the real estate market; developed recommendations for improving marketing activities in RCHUP «Molnar».

The practical application are the recommendations for the improvement of marketing activity in the real estate companies.

Elements of scientific novelty of the obtained results is the individual approach of marketing services in the organization of the marketing campaign, taking into account the specifics of the market and opportunities.

Author work confirms that resulted in her analytical and billing material correctly and objectively reflects the state of the test question and all borrowed from the literature and other sources, the theoretical and methodological terms and concepts are accompanied by references to their authors.