

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

СТАСИЛЕВИЧ

Кристина Эдвардовна

**ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА
НЕДВИЖИМОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат физ.-мат. наук,
доцент В. П. Киреенко

Допущена к защите

«__» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т.В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 66 с., 10 рис., 4 табл., 46 источников.

Ключевые слова: ВЕБ-САЙТ, ИНТЕРНЕТ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, НЕДВИЖИМОСТЬ, РЕКЛАМА, РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ.

Объект исследования – рынок недвижимости Республики Беларусь.

Цель работы – определение направлений развития Интернет-маркетинга в системе белорусского рынка недвижимости.

В процессе работы раскрыто понятие Интернет-рекламы, а также её основные виды, сущность значение и роль Интернет-рекламы в повышении эффективности продаж недвижимости. Также отражена общая характеристика веб-сайтов агентств недвижимости, произведён сравнительный анализ специфических характеристик посещаемости сайтов агентств недвижимости как показателя эффективности их работы, изучены инновационные технологии в Интернет-маркетинге белорусских агентств недвижимости. В заключительной части работы раскрыты особенности и черты Интернет-маркетинга в сфере недвижимости и заданы направления его совершенствования и развития.

Областью возможного практического применения являются агентства недвижимости Республики Беларусь, в частности веб-сайты агентств.

Элементом научной новизны полученных результатов является сравнительная характеристика посещаемости сайтов белорусских агентств недвижимости как показателя эффективности их работы.

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: 66 с., 10 мал., 4 табл., 46 крыніц.

Ключавыя словы: ВЭБ-САЙТ, ІНТЭРНЭТ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, НЕРУХОМАСЦЬ, РЫНАК НЕРУХОМАСЦІ, РЭКЛАМА.

Аб'ект даследавання - рынак нерухокасці Рэспублікі Беларусь.

Мэта работы - вызначэнне напрамкаў развіцця Інтэрнэт-маркетынгу ў сістэме беларускага рынку нерухокасці.

У працэсе работы раскрыта паняцце Інтэрнэт-рэкламы, а таксама яе асноўныя віды, сутнасць, значэнне і роля Інтэрнэт-рэкламы ў павышэнні эфектыўнасці продажаў нерухокасці. Таксама адлюстравана агульная характарыстыка вэб-сайтаў агенцтваў нерухокасці, выраблены параўнальны аналіз спецыфічных характарыстык наведвальнасці сайтаў агенцтваў нерухокасці як паказчыка эфектыўнасці іх працы, вызначаны інавацыйныя тэхналогіі ў Інтэрнэт-маркетынгу беларускіх агенцтваў нерухокасці. У заключнай частцы работы раскрыты асаблівасці і рысы Інтэрнэт-маркетынгу ў сферы нерухокасці і зададзены кірункі яго ўдасканалення і развіцця.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца агенцтва нерухокасці Рэспублікі Беларусь, у прыватнасці вэб-сайты агенцтваў.

Элементарам навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляецца параўнальная характарыстыка наведвальнасці сайтаў беларускіх агенцтваў нерухокасці як паказчыка эфектыўнасці іх працы.

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

Diploma work: 66p., 10 fig., 4 tab., 46 sources

Keywords: ADVERTISING, ESTATE MARKET, INTERNET, INTERNETMARKETING, REAL ESTATE, WEB SITE.

Research object – Republic of Belarus Estate Market.

Purpose – to define growth direction on Internet Marketing in the Belarusian real estate market.

During the process of research, concept of online advertising was clarified and its main types and meaning, and value of online advertising in efficiency of real estate sales. In addition, real estate agencies websites general characteristics shown. Specific characteristics of real estate agencies websites visiting compared as an indicator of their effectiveness, explore Belarusian Internet marketing innovative technologies of the real estate agencies. In the final part of this diploma work, we did find specific and characteristics of online marketing in real estate and did defined a direction of its improvement and evolution.

The area of possible usage is a Republic of Belarus real estate agency, and specially web sites of agencies.

An innovation of received results is a comparison of Belarusian real estate agencies web sites visiting as an indicator of their effectiveness.

Diploma author confirms that analytical and calculated material properly represents the state of investigated question, and all used theoretical and methodological statements and terms accompanied by references to their authors.

ВВЕДЕНИЕ

Развитие в стране рынка, конкуренции по-новому ставит вопрос о месте и роли рекламы в жизни общества. По мере развития товарного производства возрастает экономическая роль рекламы, благодаря которой потребитель отдает предпочтение какому-либо товару при выборе, тем самым, ускоряя процесс купли-продажи, оборачиваемость капитала. Правильно организованная рекламная деятельность в условиях рынка оказывает влияние не только на экономическую систему в целом, но и на отрасли, предприятия, отдельных потребителей.

Организация комплекса эффективных рекламных мероприятий – это весьма сложная задача, для реализации которой требуется четкая и слаженная работа квалифицированных специалистов торгово-сбытовых, маркетинговых или специальных рекламных подразделений предприятий. Основываясь на богатом опыте зарубежных стран в области рекламы, можно утверждать, что рекламная деятельность – это вид деятельности, где есть свои правила и законы. Рекламная деятельность использует познания психологии, социологии и исследования рынка для решения экономических проблем предприятия. И извлечь максимальную выгоду из рекламы в специфических отечественных условиях можно лишь при условии глубокого изучения и грамотного осмысления этой науки.

Сегодня, в век компьютерных и других инновационных технологий, практически не осталось такой сферы, которая не вступила еще на путь модернизма. Мир преобразовывается на глазах: с каждым днем появляются все новые и новые объекты электроники, транспорта, бытовой техники и других вещей, которыми хаотично насыщается наша жизнь. С раннего возраста дети обучаются практически всему: от изучения иностранных языков, до пользования электроникой. А взрослые то и дело пытаются шагать в ногу со временем, порой даже боясь, что, отклонившись на миг в сторону, уже не смогут вклиниться в это глобальное течение.

Рынок жилья, также как и другие ниши, заметно изменился. Причем это касается не только ценовой политики, но и всего строительства объектов в целом, их благоустройство и обслуживание, и можно констатировать, что внедрение новых технологий и идей – это не бессмысленная трата денег состоятельных людей, а полноценное требование нового времени.

Наверное, сейчас практически нет таких людей, которые не пользуются Интернетом, потому что глобальная сеть включает в себя практически все, что существует в материальном мире: многочисленные предложения товаров и услуг, советов, полезной информации и многое другое.

Исходя из этого, можно заключить, что рынок недвижимости также постепенно уходит в глобальную сеть. Прежде всего, это означает, что Интернет становится единой площадкой для полноценной реализации объектов недвижимости. Такая тенденция усилилась особенно в последние пять лет. Специализированных сайтов при этом также становится все больше и больше; число размещений предложений, касающихся жилья, увеличилось в разы. В частности, это динамика касается больших городов нашей страны, таких, как Минск и областные центры. Несмотря на то, что регионы отстают, их жители также стали активнее пользоваться всемирной паутиной, когда необходимо продать или купить недвижимость – они не только размещают объявления о продажах, но используют сеть просто для консультации со специалистами по данному вопросу или сравнения цен.

Действительно, нет сомнений в том, что Интернет является высокоэффективным средством для продаж недвижимости, потому что это не только всеобщая доступность, удобный поиск и возможность быстрого размещения рекламы о продаже предмета недвижимости, но и сравнительная дешевизна – в большинстве случаев объявления принимаются бесплатно. Так, приобретает некую мобильность, которая очень действенна в процессе реализации жилья; [поиски соседа для аренды жилья](#) в Интернете намного проще, чем обычно.

Так или иначе, рынок недвижимости – это лишь одна из многочисленных сфер, которая меняется под действием времени, но вместе с тем нужно отметить, что подобная тенденция полезна для современного человека, и в этом главное ее преимущество. Рынок нуждается в этих изменениях, и поэтому они имеют место быть.

Цель работы – определение направлений развития Интернет-маркетинга в системе белорусского рынка недвижимости. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить сущность, значение и роль рекламы в повышении эффективности продаж недвижимости;
- произвести анализ специфических характеристик посещаемости веб-сайтов агентств недвижимости как показателя эффективности их функционирования;
- разработать направления развития Интернет-маркетинга в сфере недвижимости.

Объектом исследования в курсовой работе является рынок недвижимости Республики Беларусь.

Предмет исследования – Интернет-маркетинг в системе белорусского рынка недвижимости.

Теоретическую и методологическую основу курсовой работы составили законодательные нормативные акты Республики Беларусь, научные труды отечественных и зарубежных авторов, материалы периодической печати по исследуемой проблеме, интернет-ресурсы.

