

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

ВОЛОДИНА Елена Викторовна

**МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ
В ОБЛАСТИ РИЭЛТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Магистерская диссертация

Специальность 1-26 81 03 «Управление недвижимостью»

Научный руководитель
Борздова Татьяна Васильевна
кандидат технических наук,
доцент

Допущена к защите

«___» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2017

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация 78 с., 13 рис., 19 табл., 57 источников, 3 приложения.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ, РЕКЛАМА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ

Объект исследования – агентство недвижимости ЗАО «Универсальные юридические услуги», специализирующееся на купле-продаже объектов недвижимости Республики Беларусь.

Цель работы – разработка направлений совершенствования маркетинговой политики агентства недвижимости ЗАО «Универсальные юридические услуги».

В процессе работы рассмотрено и конкретизировано понятие «маркетинг»; определены основные виды маркетинга и сущность каждого из них; выявлены и проанализированы основные составляющие маркетинговой политики риэлтерских организаций, в частности, агентства недвижимости ЗАО «Универсальные юридические услуги»; проведена оценка конкурентоспособности ЗАО «Универсальные юридические услуги» и выявлен его главный конкурент – агентство недвижимости «Твоя столица»; проанализирован зарубежный опыт в области маркетинга недвижимости; разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой политики ЗАО «Универсальные юридические услуги».

Областью возможного практического применения исследований работы являются субъекты хозяйствования рынка недвижимости Республики Беларусь, в частности, ЗАО «Универсальные юридические услуги».

Элементом научной новизны полученных результатов является разработанный механизм совершенствования маркетинговой политики агентства недвижимости ЗАО «Универсальные юридические услуги».

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

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

Магістарская дысертацыя 78 с., 13 мал., 19 табл., 57 крыніц, 3 прыкладан-
ня.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВАЯ ПАЛІТЫКА, РЫНАК
НЕРУХОМАСЦІ, РЭКЛАМА, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, АГЕНЦТВА
НЕРУХОМАСЦІ

Аб'ект даследвання – агенцтва нерухомасці ЗАТ «Універсальныя юры-
дычныя паслугі», якое спецыялізуецца на куплі-продажы аб'ектаў нерухомасці
Рэспублікі Беларусь.

Мэта працы – распрацоўка напрамкаў удасканалення маркетынгавай
палітыкі агенцтва нерухомасці ЗАТ «Універсальныя юрыдычныя паслугі».

У працэсе працы разгледжана і канкрэтызавана паняцце «маркетынг»;
вызначаны асноўныя віды маркетынгу і сутнасць кожнага з іх; выяўлены і пра-
аналізаваны асноўныя складнікі маркетынгавай палітыкі рыэлтарскіх органа-
зацый, у прыватнасці, агенцтва нерухомасці ЗАТ «Універсальныя юрыдычныя
паслугі»; праведзена ацэнка канкурэнтаздольнасці ЗАТ «Універсальныя юры-
дычныя паслугі» і выяўлены яго галоўны канкурэнт – агенцтва нерухомасці
«Твая сталіца»; прааналізаваны замежны вопыт у вобласці маркетынгу нерухо-
масці; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай палітыкі
ЗАТ «Універсальныя юрыдычныя паслугі».

Вобласцю магчымага практычнага прымянення даследаванняў працы
з'яўляюцца суб'екты гаспадарання рынку нерухомасці Рэспублікі Беларусь, у
прыватнасці, ЗАТ «Універсальныя юрыдычныя паслугі».

Элементарам навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляецца рас-
працаваны механізм удасканалення маркетынгавай палітыкі агенцтва нерухо-
масці ЗАТ «Універсальныя юрыдычныя паслугі».

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

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Master's work 78 p., 13 fig., 19 tables, 57 sources, 3 annexes.

Keywords: MARKETING POLICY, THE REAL ESTATE MARKET, ADVERTISING, COMPETITIVE ABILITY, REAL ESTATE AGENCIES

Object of research is the real estate agency «Universal Legal Services», that specializing in the act of purchase and sale objects of the Republic of Belarus.

Purpose is the ways to improve development marketing policy of real estate agency «Universal Legal Services».

In the course of work we discussed and specified the term of «marketing»; the main types of marketing and the essence any one of them were define; the main components of marketing policy of real estate companies, in particular, real estate agency «Universal Legal Services» were identified and analyzed; assessed the competitiveness of «Universal Legal Services» and identified the main competitor – the real estate agency «Your capital»; the international experience in the area of real estate marketing was analyzed; recommendations for improving the marketing policy of «Universal Legal Services» were developed.

The scope of possible practical application of the research work are economic operators of real estate market of Belarus, in particular, «Universal Legal Services».

The element of scientific novelty of findings is developed mechanism for improving marketing policy of real estate agency «Universal Legal Services».

Author of work confirms that result of calculation and analytical materials correctly and objectively reflects the state of matter under inquiry and all borrowed from the literature and other sources of theoretical, methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.