

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

ДЕКТЯРЁВА

Татьяна Александровна

**ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА В ОБЛАСТИ
РИЭЛТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Дипломная работа

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

Допущена к защите

«___» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 52 с., 13 рис., 4 табл., 45 источников.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, РИЭЛТЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, НЕДВИЖИМОСТЬ, РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

Объект исследования – интернет-маркетинг.

Цель работы – исследование возможностей Интернета как инструмента маркетинга в области риэлтерской деятельности.

В процессе работы изучена роль Интернета в риэлтерской деятельности, проведен анализ использования интернет-маркетинга в риэлтерской деятельности на белорусском рынке недвижимости, выделены особенности интернет-маркетинга на белорусском рынке недвижимости и основные направления его развития.

Областью возможного практического применения являются рекомендации по совершенствованию стратегии интернет-маркетинга риэлтерской организации.

Элементом научной новизны полученных результатов являются направления развития интернет-маркетинга в риэлтерской деятельности, которые на современном этапе не применяются на белорусском рынке недвижимости.

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 52 стр., 13 мал., 4 табл., 45 бібл. назв.

Ключавыя словы: ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, РЫЭЛТАРСКАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, НЕРУХОМАСЦЬ, РЫНАК НЕРУХОМАСЦІ

Аб'ект даследавання – інтэрнэт-маркетынг.

Мэта работы – даследаванне магчымасцяў Інтэрнэту як інструмента маркетынгу ў галіне рыэлтарскай дзейнасці.

У працэсе работы вывучана роля Інтэрнэту ў рыэлтарскай дзейнасці, праведзены аналіз выкарыстання інтэрнэт-маркетынгу ў рыэлтарскай дзейнасці на беларускім рынку нерухомасці, вылучаныя асаблівасці інтэрнэт-маркетынгу на беларускім рынку нерухомасці і асноўныя кірункі яго развіцця.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па ўдасканаленні стратэгіі інтэрнэт-маркетынгу рыэлтарскай арганізацыі.

Элементамі навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляюцца напрамкі развіцця інтэрнэт-маркетынгу ў рыэлтарскай дзейнасці, якія на сучасным этапе не прымяняюцца на беларускім рынку нерухомасці.

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

ABSTRACT

Diploma thesis: 52 p., 13 fig., 4 tables, 45 references.

Keywords: INTERNET MARKETING, INTERNET ADVERTISING, REAL ESTATE ACTIVITY, REAL ESTATE, REAL ESTATE MARKET

Object of research – Internet Marketing.

Purpose – to study the possibilities of the Internet as a marketing tool in the field of realtor activity.

In the process of work, the role of the Internet in realtor activity was studied, the analysis of the use of Internet marketing in real estate activity in the Belarusian real estate market was made, the peculiarities of Internet marketing in the Belarusian real estate market and the main directions of its development were highlighted.

The area of possible practical application are recommendations for improving the Internet marketing strategy of a real estate organization.

Element of scientific novelty of the results obtained is the development of Internet marketing in real estate, which at the present stage is not used in the Belarusian real estate market.

The author confirms that analytical material is correct and objectively reflects the state of the process under investigation, all theoretical and analytical materials taken from the literature and other sources are accompanied by the references to their real authors.

ВВЕДЕНИЕ

За последнее двадцатилетие интернет-маркетинг существенно изменился. В начале XXI в. он сводился, главным образом, к размещению рекламных баннеров включению объектов недвижимости в списки, которые поддерживали листинговые интернет-сервисы.

Однако увеличение числа контактов с потенциальными клиентами привело к тому, что традиционные СМИ и специалисты по печатной рекламе стали чаще использовать возможности Интернета. В 2005 г. появилась поисковый маркетинг, в рамках которого для увеличения посещаемости сайтов недвижимости используется поиск по ключевым словам. Позже интернет-маркетинг проник и в социальные сети, в которых имеется значительный потенциал по привлечению новых клиентов.

Актуальность данной темы заключается в том, что на современном этапе на белорусском рынке недвижимости наблюдается существенное падение спроса на объекты недвижимости, рост конкуренции между риэлтерскими организациями и борьба за каждого клиента. Интернет-маркетинг представляется перспективной сферой по продвижению услуг риэлтерских организаций. По данным маркетинговых исследований, уже сейчас 70% сделок с недвижимостью совершаются благодаря информации, полученной через Интернет. По мере развития Интернета данный показатель будет только увеличиваться.

Тем не менее, для успешного использования инструментов интернет-маркетинга необходим учет особенностей, как самого интернет-маркетинга, так и сферы торговли недвижимостью.

Целью данной работы является исследование возможностей Интернета как инструмента маркетинга в области риэлтерской деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие и сущностное содержание риэлтерской деятельности;
- определить роль и значение интернет-маркетинга в риэлтерской деятельности;
- изучить особенности интернет-рекламы, её роль и значение в риэлтерской деятельности;
- проанализировать интернет-маркетинг в риэлтерской деятельности в организациях Республики Беларусь;
- изучить влияние интернет-маркетинга на повышение эффективности риэлтерской деятельности;

- систематизировать сведения об инновационных технологиях в интернет-маркетинге белорусских агентств недвижимости;
- выделить основные черты и особенности интернет-маркетинга в сфере риэлтерской деятельности;
- определить основные направления развития и совершенствования интернет-маркетинга в риэлтерской деятельности.

Объектом исследования является интернет-маркетинг, предметом исследования – особенности и черты интернет-маркетинга в риэлтерской деятельности.

Дипломная работа включает в себя три главы в соответствии с поставленными целями. В первой главе представлена информация о роли Интернета в риэлтерской деятельности. Вторая глава содержит анализ использования интернет-маркетинга в риэлтерской деятельности на белорусском рынке недвижимости. В третьей главе выделены особенности интернет-маркетинга на белорусском рынке недвижимости и основные направления его развития.

Дипломная работа была написана на базе материалов литературных источников (И.А. Дубровская, А.Н. Асаул, А.П. Егоршин, Ф.Ю. Вирин, А.С. Шкодинская, А.А. Толкач, Л.А. Данченко, В.М. Журавель, М.В. Ягодкина, Л.К. Лободенко, В.П. Кириенко), а также научных статей и статистических данных Интернет-порталов по заданной теме, включая информацию с крупнейших сайтов по недвижимости в Республике Беларусь (Realt.by, tut.by и irr.by рубрика «Недвижимость», сайт корпоративной группы «Твоя столица»).

В ходе исследования применялись следующие общенаучные и специальные методы исследования: анализ и синтез теоретической информации, обобщение, систематизация, метод графического представления данных, сравнение.