

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

_____ В.Н.Шимов

“_____” _____ 20__ г.

Регистрационный № УД _____/уч.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости»

СОСТАВИТЕЛИ:

Флерко С.Л., доцент кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Климченя Л.С. заведующий кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Тур А.Н. заведующий кафедрой бизнес-администрирования УО «Белорусский научно-технический университет», доктор экономических наук, профессор

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 11 от 14 апреля 2016 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № от 2016 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Коммерческая деятельность на рынке недвижимости» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости».

Переход к рынку придал невиданную ранее значимость экономическим процессам, регулирующим ход и развитие событий в различных сферах народного хозяйства страны. Среди важнейших направлений социально-экономических преобразований выделяется реформирование и развитие объектов собственности на рынке недвижимого имущества, создающих необходимые условия для жизнедеятельности общества. Развитие рыночных форм, трансформация отношения к объектам недвижимого имущества в интеграторе участников рынка недвижимости вызвало необходимость изменения их взаимоотношений между собой, что способствовало появлению новых профессиональных видов деятельности в этом секторе экономики и необходимости подготовки специалистов в этой области. Объекты недвижимости не только важнейший товар, удовлетворяющий разнообразные личные потребности людей, но одновременно и капитал в вещной форме, приносящий доход. Невозможно быть полноценным участником рынка недвижимости и оценивать недвижимое имущество, не познав основных особенностей рынка. Для выполнения этих задач организациям необходимо постоянно расширять спектр коммерческих функций и повышать уровень коммерческой деятельности. Потенциальные возможности коммерческой деятельности с переходом к рыночной экономике приобретают все большее значение.

Целью учебной дисциплины « Коммерческая деятельность на рынке недвижимости» является формирование у студентов профессиональных знаний в области коммерческой деятельности, развитие экономического мышления, комплексного понимания организации коммерческой деятельности, позволяющих находить обоснованные управленческие решения и их практическое применение в складывающейся ситуации на потребительском рынке.

Задачи, которые стоят перед учебной дисциплиной:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов по вопросам коммерческой деятельности и развивать у них соответствующее мышление, позволяющие принимать самостоятельные решения;

- сформировать у студентов четкое представление о содержании коммерческой деятельности и особенностях ее осуществления в разных сферах экономики и субъектами хозяйствования различных правовых форм;

- прививать студентам практические навыки и умения использования системного подхода к коммерческой деятельности с целью принятия эффективных управленческих решений.

Структура программы и методика преподавания учебной дисциплины учитывают новые результаты экономических исследований и последние достижения в области педагогики и информационных технологий, ориентируя обучающихся на приобретение соответствующих профессиональных компетенций:

– ПК-1. Анализировать рынок недвижимости и закономерности его развития, исследовать рыночную конъюнктуру, проводить конкурентный анализ.

– ПК-2. Исследовать и оценивать потребительские предпочтения, уметь их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций.

– ПК-8. Формировать эффективную ценовую политику на рынке недвижимости.

– ПК-12. Выявлять и анализировать закономерности экономических процессов в сфере управления земельными ресурсами и недвижимостью.

– ПК-13. Оценивать результативность операций по обороту земельных ресурсов.

– ПК-14. Разрабатывать планы устойчивого развития территорий.

– ПК-15. Работать с юридической литературой, трудовым и земельным законодательством.

– ПК-16. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.

– ПК-17. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

– ПК-18. Анализировать и оценивать собранные данные.

– ПК-19. Готовить доклады, материалы к презентациям.

– ПК-25. Применять основные методы экспертизы и инспектирования объектов недвижимости.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущность и содержание коммерческой деятельности;
- принципы организации коммерческой работы и ее направления;
- законодательные акты, регулирующие коммерческую деятельность;

уметь:

- составлять конъюнктурные обзоры рынка;
- сегментировать рынок недвижимости;
- устанавливать деловые связи, разрабатывать и заключать контракты и договора;
- управлять коммерческими процессами;

владеть:

- базовыми научно-теоретическими знаниями для решения практических задач;
- приемами и способами сбора и обработки данных;
- способами оценки рыночной конъюнктуры и направлений ее развития;
- навыками составления коммерческой документации;
- системными знаниями и умениями для решения междисциплинарных задач и проблем.

Материал, излагаемый в учебной программе, базируется на теоретических и методологических разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам коммерческой деятельности, а также на изучении и анализе передового мирового и отечественного опыта развития рынка недвижимости. Учебная дисциплина «Коммерческая деятельность на рынке недвижимости» тесно увязана с другими дисциплинами специальности, и, в первую очередь, с «Жилая и нежилая недвижимость», «Экономика недвижимости», «Менеджмент организаций недвижимости».

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости» типовая учебная программа рассчитана на 194 часов, из них аудиторных занятий 122 часа. Примерное распределение по видам занятий: лекций – 64 часа; практических 36 часов и семинарских занятий – 22 часа.

По учебной дисциплине рекомендуется выполнение курсовой работы.

Рекомендуемые формы текущей аттестации – зачет и экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1. Введение в коммерческую деятельность на рынке недвижимости

Понятие и цель коммерческой деятельности. Сущность, принципы и функции коммерческой деятельности на рынке недвижимости. Развитие коммерческой деятельности на рынке недвижимости. Место коммерческой деятельности на рынке недвижимости. Необходимые условия коммерческой деятельности. Состояние и задачи коммерческой деятельности в современных условиях.

Факторы, определяющие направления коммерческой деятельности на рынке недвижимости.

Дисциплина "Коммерческая деятельность", ее роль и место в подготовке специалистов отрасли, связь с другими учебными дисциплинами: «Экономика недвижимости», «Менеджмент организаций недвижимости».

Тема 2. Коммерческая служба организации недвижимости

Цель и задачи создания коммерческой службы. Подходы к формированию структуры коммерческой службы организации. Структуры коммерческой службы организации недвижимости. Коммерческая служба организации: функционал коммерческой службы и взаимосвязь с другими подразделениями. Роль и задачи специалистов коммерческих служб. Требования к коммерческому работнику: личностные, профессиональные. Деловой этикет в коммерческой деятельности.

Влияние входящих и исходящих потоков информации на эффективность работу коммерческой службы.

Тема 3. Коммерческая информация и ее защита

Понятие и назначение коммерческой информации и источники ее получения на рынке недвижимости.

Роль современных информационных технологий в информационном обеспечении коммерческой деятельности. Мероприятия организации по защите коммерческой информации.

Коммерческая тайна и ее содержание. Информация, не составляющая коммерческую тайну на рынке недвижимости. Обеспечение защиты коммерческой тайны и ответственность за ее разглашение.

Брэндинг на рынке недвижимости.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 4. Организация изучения спроса на объекты недвижимости

Понятие покупательского спроса. Особенности покупательского спроса на рынке недвижимости. Виды спроса на объекты недвижимости и их характеристика. Факторы, формирующие спрос на объекты недвижимости.

Цели и задачи изучения спроса покупателей на объекты недвижимости. Показатели объема и структуры спроса на объекты недвижимости и их значение в решении коммерческих задач. Содержание процесса изучения покупательского спроса. Факторы, влияющие на покупательский спрос, и их характеристика.

Методы изучения спроса на объекты недвижимости. Закономерности развития спроса при фиксированном состоянии рынка недвижимости. Закономерности развития спроса при развивающемся состоянии рынка недвижимости.

Тема 5. Коммерческое предложение на рынке недвижимости.

Конъюнктурные обзоры рынка недвижимости и их применение в формировании предложения. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка. Оформление результатов конъюнктурных наблюдений. Использование результатов изучения спроса и конъюнктуры рынка в коммерческой деятельности. Составление конъюнктурных обзоров.

Организация работы по изучению и прогнозированию покупательского

спроса и конъюнктура рынка. Алгоритм исследования рынка недвижимости

Процедура формирования коммерческого предложения на рынке недвижимости. Общее и новое предложение на рынке недвижимости. Цикличность динамики объема предложения рынка недвижимости.

Применение многоуровневой факторной модели для прогнозирования ситуации на рынке недвижимости.

Тема 6. Поведение потребителей на рынке недвижимости

Виды покупателей. Индивидуальные различия людей в готовности восприятия новшеств. Категории покупателей в зависимости от отношения к товару. Типология покупателей по системе VALS. Роль личного влияния. Влияние характеристик объектов недвижимости. Закон Э. Энгеля и его применение на рынке недвижимости. Эффект Т.Б. Веблена.

Факторы культуры. Социальные факторы. Личные факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение. Психологические факторы и их влияние на покупательский выбор индивида.

Понятие «поведение покупателей». Действия покупателей. Научные исследования мотивации покупателей. Модели покупательского поведения.

Особенности процесса принятия решения о покупке объекта недвижимости. Факторы, определяющие принятие решения о покупке. Этапы принятия решения о покупке. Модели, объясняющие поведение покупателей на рынке недвижимости.

Ситуации покупки, или условия, в которых потребители приобретают объекты недвижимости и услуги. Влияние уровня удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей на их поведение на рынке недвижимости.

Покупательский экстремизм как неэтичное использование покупателями положений законодательства о защите их прав с целью наживы или личной выгоды.

Основные принципы понимания клиента. Формирование приверженности (лояльности) клиентов. Факторы лояльности: материальные и нематериальные. Программы лояльности потребителей.

Стратегии управления клиентами. Стратегия привлечения новых клиентов (расширение клиентской базы): поиск, отбор, их привлечение и «выращивание».

Стратегия удержания существующих клиентов (управление лояльностью). CRM- концепция как внутренние стандарты и бизнес-процессы по обслуживанию клиентов.

Тема 7. Договорная работа в коммерческой деятельности

Основные характеристики переговорного процесса. Базовые элементы деловых переговоров. Методы ведения переговоров. Основные стадии переговоров. Основные этапы ведения переговоров.

Понятие хозяйственного договора. Виды хозяйственных договоров. Договорная работа и ее содержание: преддоговорная работа; заключение, изменение, дополнение и расторжение договора; учет и контроль исполнения договорных обязательств; оценка эффективности сделок. Анализ и оценка выполнения договорных обязательств.

Организации учета и контроля договорных обязательств. Имущественная ответственность и санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий договоров.

Организация деловой переписки.

Тема 8. Формы сделок с объектами недвижимости

Понятие коммерческой сделки: основное содержание сделки, ее виды и процесс проведения при заключении сделки с объектом недвижимости.

Понятие и виды сделок с недвижимым имуществом. Этапы проведения сделок с недвижимостью. Система договоров по сделкам с недвижимым имуществом. Содержание договора по сделкам с недвижимостью. Сделки купли-продажи недвижимости. Договора аренды имущества. Лизинговый договор.

Особенности и стадии исполнения сторонами договорных обязательств. Изменение и расторжение договора. Виды действительных сделок с недвижимостью.

РАЗДЕЛ 3. ПРОДВИЖЕНИЕ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 9. Сегментирование рынка недвижимости

Методы маркетинговых исследований на рынке недвижимости.

Классификация методов маркетинговых исследований. Основные методы качественных исследований: фокус-группы, глубинные интервью, анализ протокола. Основные методы количественных исследований.

Исследование рынка недвижимости. Этапы исследования рынка недвижимости.

Сегментирование рынка. Критерии и признаки сегментации рынка. Этапы сегментирования рынка недвижимости. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование объектов недвижимости на рынке. Факторы позиционирования на рынке недвижимости.

Тема 10. Реклама и стимулирование продаж на рынке недвижимости

Понятие, сущность и роль рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели, функции и принципы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности: Международный кодекс рекламы. Закон Республики Беларусь «О рекламе».

Состояние и пути развития рекламы в Республике Беларусь. Службы, занимающиеся рекламой, и организация работы с ними. Тенденции развития рекламно-информационной деятельности в странах с развитой рыночной экономикой.

Классификация видов и средств рекламы. Характеристика видов и средств рекламы и информации, используемых на рынке недвижимости.

Организация рекламно-информационной деятельности в сфере недвижимости. Система управления рекламой, ее структура и значение в коммерческой деятельности организаций.

Понятия рекламной акции, мероприятия, кампании. Планирование рекламных мероприятий организации: требования к плану, порядок его разработки, содержание.

Стимулирование продаж на рынке недвижимости.

Тема 11. Лизинг, факторинг и франчайзинг в коммерческой деятельности

Сущность, функции и виды лизинга. Правовое регулирование лизинга. Лизинговые операции и их виды: оперативный, финансовый, возвратный, компенсационный, чистый, отдельный, револьверный лизинг. Ливеридж – лизинг, лизинг с обслуживанием.

Лизинговая сделка. Механизм расчета лизингового платежа.

Факторинг в коммерческой деятельности предприятия. Характеристика факторинговых операций.

Франчайзинг: сущность, развитие и современное состояние. Виды и формы франчайзинга.

Договор франшизы: его содержание и порядок заключения.

Тема 12. Формирование коммерческой стратегии организации.

Понятие стратегии. Виды стратегий, их классификация и характеристика. Группы объектов стратегического управления.

Стратегический анализ среды функционирования бизнеса. Анализ ценностной цепочки организации недвижимости.

Выбор миссии организации. Постановка целей и задач в организации недвижимости. Критерии качества целей. Оценка альтернативных вариантов стратегий. Выбор стратегии развития на рынке недвижимости.

Контроль за реализацией стратегии. Этапы контроля, осуществляемые организациями при реализации стратегии.

Сущность и значение коммерческой стратегии. Виды стратегий на рынке недвижимости. Использование передового отечественного и зарубежного опыта в формировании стратегий коммерческой деятельности.

РАЗДЕЛ 4. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 13. Системы и формы электронной коммерции

Сущность системы электронной коммерции. Принципы ее построения. Классификация систем электронной коммерции. Характеристика основных систем электронной коммерции. Развитие систем электронной коммерции в Республике Беларусь.

Сущность корпоративного портала. Основные характеристики корпоративных порталов, преимущества их создания и использования.

Электронные аукционы. Основные элементы электронного аукциона. Классификация электронных аукционов. Зарубежный и отечественный опыт развития электронных аукционов.

Электронная торговая площадка, ее сущность и функции. Общие требования к торговым площадкам. Виды электронных торговых площадок. Модели организации торговых площадок. Развитие электронных торговых площадок в Республике Беларусь.

Тема 14. Веб-сайт как инструмент коммерческой деятельности

Понятие вэб-сайта. Цели и задачи вэб-сайтов в коммерческой деятельности. Виды Web-сайтов. Разработка концепции Web-сайта. Техническое задание на разработку сайта.

Контент Web-сайта. Требования к информационным материалам вэб-сайта. Построение каталога. Основные информационные и навигационные элементы веб-сайта. Размещение сайтов. Качество сайта.

Выбор доменного имени. Регистрация доменного имени. Киберсквотерство. Контроль развертывания и эксплуатации веб-сайта. Оптимизация страниц. Поисковая оптимизация.

Тема 15. Интернет-коммуникации на рынке недвижимости

Сущность процесса передачи и восприятия информации. Понятие интерактивности. Модели коммуникации в Интернете. Инструменты продвижения

товаров.

Особенности рекламы в сети Интернет. Виды интернет-рекламы: баннерная, контекстная, почтовая. Взаимодействие пользователя с интернет-рекламой. Основные средства интернет-рекламы. Рекламные и информирующие сайты.

Понятие баннера. Виды баннеров. Методы размещения баннеров. Электронные каталоги и их виды. Организация процесса регистрации в поисковых системах и каталогах. Дополнительные средства Интернет-рекламы, их характеристика.

Понятие рекламной кампании и ее виды. Разработка плана рекламной кампании в Интернете. Эффективность рекламы в интернете.

Сущность электронных общественных связей, отличительные особенности. Построение интерактивных взаимоотношений. Элементы взаимодействия на сайте.

Коммуникации в социальных сетях. Методы бесплатного продвижения в социальных сетях. Платное продвижение в социальных сетях. Преимущества использования социальных сетей.

Методы стимулирования продаж в электронной коммерции.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ								
1	Введение в коммерческую деятельность на рынке недвижимости	4	2					[10, 11]	
2	Коммерческая служба организации недвижимости	2		2				[1,3, 4,5]	
3	Коммерческая информация и ее защита	4	2	2			2	[6,9]	Контрольная работа №1
	РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ								
4	Организация изучения спроса на объекты недвижимости	4	2	2				[9,1 6]	
5	Коммерческое предложение на рынке недвижимости	2	2			2		[11, 17]	
6	Поведение покупателей на рынке недвижимости	6	2					[1,5]	Контрольная работа №2
7	Договорная работа в коммерческой деятельности	4	2	2				[1,1 3]	
8	Формы сделок с объектами недвижимости	6		2				[14, 15]	Зачет

РАЗДЕЛ 3. КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ									
]	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	Сегментирование рынка недвижимости рынок и особенности его функционирования	6	2	2					
10	Реклама и стимулирование продаж на рынке недвижимости	6	4	2		2		[7,9]	
11	Лизинг, факторинг и франчайзинг в коммерческой деятельности	4	4	2			2	[10, 11]	
12	Формирование коммерческой стратегии организации.	4	4					[11, 18]	Контрольная работа «3
РАЗДЕЛ 4. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ									
13	Системы и формы электронной коммерции	4	4	2				[19, 20]	
14	Веб-сайт как инструмент коммерческой деятельности	4	4	2			2	[19, 20]	
15	Интернет-коммуникации на рынке недвижимости	4	2	2				[19, 20]	Контрольная работа №4
	Всего часов	64	36	22		4	6		Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (СОКРАЩЕННЫЙ СРОК ОБУЧЕНИЯ)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лек-ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ									
1	Введение в коммерческую деятельность на рынке недвижимости								
2	Коммерческая служба организации недвижимости	1	1						
3	Коммерческая информация и ее защита	1							
РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ									
4	Организация изучения спроса на объекты недвижимости	1	1						
5	Коммерческое предложение на рынке недвижимости	1							
6	Поведение покупателей на рынке недвижимости	1	1						
7	Договорная работа в коммерческой деятельности	1	1						Зачет
Формы сделок с объектами недвижимости									
8	РАЗДЕЛ 3. КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ	1							
9	Сегментирование рынка недвижимости рынок и особенности его функционирования	1	1						
10	Реклама и стимулирование продаж на рынке недвижимости	1	1						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	Лизинг, факторинг и франчайзинг в коммерческой деятельности	1	1						
12	Формирование коммерческой стратегии организации.								
	РАЗДЕЛ 4. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ	1	1						
13	Системы и формы электронной коммерции		2						
14	Веб-сайт как инструмент коммерческой деятельности	1							
15	Интернет-коммуникации на рынке недвижимости								
	Всего часов	14	10						Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Анализ финансовой отчетности»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- подготовка к зачету, экзамену.

Нормативные и законодательные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь. - 3-е изд., с изм. и доп. - Минск: Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь, 2006.
2. Кодекс Республики Беларусь о земле: Кодекс Респ. Беларусь, 23 июля 2008 г., № 425-3: с изм. и доп. в ред. Закона Респ. Беларусь от 26.10.2012, №
3. О государственной регистрации недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним: Закон Респ. Беларусь, 22 июля 2002 г., № 133-3: в ред. Закона Респ. Беларусь от 4 января 2014 г. № 107-3
4. Об утверждении Программы развития системы государственной регистрации недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним на 2014 — 2018 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 11 сент. 2014 г., № 874: в ред. постановления Совмина от 24.12.2014 № 1248
5. Жилищный кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 28 августа 2012 г. №428-3
6. Закон Республики Беларусь «О коммерческой тайне»: Закон Республики Беларусь от 05.01.2013 № 16-3 // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь 9 января 2013 г. N 2/2014.
7. Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г., № 225-3: принят

Палатой представителей 2 апр. 2007 г.: одобр. Советом Респ. 20 апр. 2007 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2007. — № 119. — 2/1321.

ЛИТЕРАТУРА

1. Основная:

8. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. - 2-е изд.- Минск: Выш. шк., 2009. - 352 с.
9. Ромина, А.Г. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / А.Г. Ромина. - Минск: БГЭУ, 2009. - 317 с.
10. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для высш. и сред. спец. учеб. заведений / Ф.Г. Панкратов. - М.: Торговая компания «Дашков и К», 2009. - 580 с.
11. Козлов, В.К. Коммерческая деятельность предприятия: учебное пособие / В.К. Козлов, С.А. Уваров, Е.В. Яковлева. – Москва: Политехника, 2009. – 328 с.
12. Асаул, А.Н. Экономика недвижимости: Учебн. для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения / А.Н. Асаул/ - СПб.: Питер, 2013.- 416 с.
13. Васина, Е.В. Управление недвижимостью: Курс лекций / Е.В. Васина, Н.А. Мыцких. – Минск: Акад. упр. при Президенте Республики Беларусь, 2004.
14. Синянский, И.А. Типология Объектов недвижимости. / И.А. Синянский. – М.: Академия, 2014. – 320 с.
15. Болотин, С.А. Экономика и управление недвижимостью: Учебник / С.А. Болотин, О.О. Егорычев; Под общ. ред. П.Г. Грабовой. - М.: Проспект, 2012. 848с.
16. Бузова, И.А. Управление недвижимостью: Учебник / И.А. Бузова, Н.В. Васильева, О.В. Веденева; Под ред. С.Н. Максимов. - М.: Дело АНХ, 2008. 432с.
18. Савельева, Е.А. Экономика и управление недвижимостью: Учебное пособие / Е.А. Савельева. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
19. Кобелев, О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / под ред. проф. С.В.Пирогова. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2011.
20. Сибирская, Е.В. Электронная коммерция: Учебное пособие/ Е.В. Сибирская.- М.: Форум, 2013.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Компьютерное моделирование бизнес-процессов на рынке недвижимости	Кафедра экономики торговли		протокол № 11 от 14 апреля 2016 г
Экономика недвижимости	Кафедра экономики торговли		протокол № 11 от 14 апреля 2016 г

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
