

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра менеджмента маркетинга и логистики

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В
ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

И.о. заведующего кафедрой
канд. экон. наук, доцент


Ю.А. Шумилова
«17» 08 2019 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(магистерская диссертация)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа «Маркетинг»

Выполнила работу
Студентка 2 курса
очной формы обучения



Байкова
Евгения
Александровна

Научный руководитель
канд. социол. наук



Данилова
Елена
Павловна

Рецензент
Директор
ООО «Стройкомпас»



Ога
Светлана
Леонидовна

г. Тюмень, 2019

Работа выполнена на кафедре менеджмента, маркетинга и логистики
Финансово-экономического института ТюмГУ
по направлению «Менеджмент»,
магистерская программа «Маркетинг»

Защита в ГЭК
протокол от 21.06.19 № 22
оценка хорошо

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ	9
1.1 Сущность управления маркетинговой деятельностью предприятия	9
1.2 Принципы и методы управления маркетинговой деятельностью предприятия	16
1.3 Особенности управления маркетинговой деятельностью предприятия на рынке недвижимости	23
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ И ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	31
2.1 Тенденции и перспективы развития рынка недвижимости в мире	31
2.2 Тенденции и перспективы развития рынка недвижимости в России и Тюменской области в условиях финансового кризиса	36
2.3 Особенности маркетинговой деятельности предприятий на рынке недвижимости Тюменской области	51
ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ОСНОВ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ НЕДИЖИМОСТИ И ИХ АПРОБАЦИЯ	65
3.1 Разработка алгоритма управления маркетинговой деятельностью предприятия на рынке недвижимости	65
3.2 Апробация алгоритма управления маркетинговой деятельностью на примере агентства недвижимости (ООО «Юстина»)	69
3.3 Оценка экономической эффективности управленческих решений по управлению маркетинговой деятельностью ООО «Юстина»	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	90
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	94
ПРИЛОЖЕНИЯ	100

ВВЕДЕНИЕ

С улучшением уровня жизни населения страны и социально-экономического положения России наблюдается тенденция увеличения строительства жилой и коммерческой недвижимости. Так, с 2007г. по 2019г. объем строительства жилой и коммерческой недвижимости в России возрос на 115,2% и 288,9% соответственно. Поэтому, можно говорить о том, что рынок недвижимости в России является инвестиционно привлекательным, как для российских, так и для зарубежных инвесторов. При этом возникает необходимость разработки новых методических приемов, в частности, управления маркетингом предприятий в этой сфере.

На сегодняшний день общий объем рынка торговой недвижимости в России составляет 14,3 миллиона квадратных метров (500 современных центров). Обеспеченность россиян площадями составляет 876 кв.м. на 1000 человек. Рубль не в первый раз за последние годы уходит в стремительное падение, однако если предыдущие три волны повышения стоимости доллара приводили к росту покупательской активности на рынке жилья — люди таким образом пытались сохранить накопленные сбережения, то в этот раз никакого ажиотажного спроса эксперты не ждут. Покупка жилья все еще остается инструментом сбережения денежных средств, и большое количество инвестиционных сделок как раз таки и совершается при скачках курсов валют, но не в этот раз. В свою очередь, особую актуальность для предприятий, ведущих свою деятельность на рынке недвижимости, приобретает управление маркетинговой деятельностью, которое представляет собой важную составную часть общей системы управления предприятием.

Современная экономическая ситуация в мире и в России, глобализация экономики, ускорение процессов развития рынков, развития технологий, социальных и политических факторов требуют от менеджмента предприятий новейших подходов и методов управления. С развитием в России рыночной экономики и вследствие этого усиления конкуренции и нестабильности рынков

сбыта роль маркетинга в целом усилилась. Особую актуальность при этом обрело управление маркетинговой деятельностью, которое представляет собой важную составную часть общей системы управления предприятием.

Теоретическая и методическая база исследования была основана на работах отечественных и зарубежных исследователей в области эффективности управления организацией в условиях экономической реформы и содержания рыночных отношений в экономике. Среди них можно отметить труды Бердниковой Т.Б.; Выхинского О.С. и Наумова А.И.; Генкина Б.М.; Бухалкова М. И.; Кохно П.А.; Хачатурова А.Е.; Белковского А.Н.; Осмоловского В.В., Кравченко Л.И.; Русака Н.А.; Эванса Дж. Р., Бермана Б.; Лапыгина Д. Лачининой Ю., Т. и др. Проблемы эффективного управления маркетингом нашли свое отражение в трудах зарубежных и отечественных ученых, таких как Ф.Котлер, Стэн Рэпп, Г. Армстронг, Ж-Ж. Ламбен, Л.Роджер, Т.П. Данько, А.П. Панкрухин, Н.И. Ивашкова и другие.

Так же, следует отметить, что специфика тематики подразумевает исследование большого объема периодической литературы и статистических данных по рынку недвижимости как Российской Федерации в целом, так и Тюменского региона в частности.

Отсутствие в экономической литературе общепринятого алгоритма управления маркетинговой деятельностью предприятий на рынке недвижимости, а также большая практическая значимость решения данной проблемы обусловили актуальность выбранной темы диссертации, определили цель и задачи исследования.

Целью исследования является выявление методических особенностей и разработка алгоритма управления маркетинговой деятельностью предприятия в сфере недвижимости.

Для достижения поставленной цели необходимо последовательное решение следующих задач:

1. Изучить теоретические аспекты управления маркетинговой деятельностью предприятия на рынке недвижимости;

2. Выявить сущность управления маркетинговой деятельностью предприятия;
3. Исследовать принципы и методы управления маркетинговой деятельностью предприятия;
4. Рассмотреть особенности управления маркетинговой деятельностью предприятия на рынке недвижимости;
5. Проанализировать состояния рынка недвижимости в России и Тюменской области;
6. Изучить рынок недвижимости: сущность и структура;
7. Выявить тенденции и перспективы развития рынка недвижимости в мире;
8. Исследовать тенденции и перспективы развития рынка недвижимости в России и Тюменской области в условиях финансового кризиса;
9. Разработать направления совершенствования методических основ управления маркетинговой деятельностью предприятия на рынке недвижимости;
10. Разработать алгоритм управления маркетинговой деятельностью предприятия на рынке недвижимости;
11. Провести апробацию алгоритма управления маркетинговой деятельностью на примере агентства недвижимости ООО «Юстина»;
12. Провести оценку экономической эффективности управленческих решений по управлению маркетинговой деятельностью ООО «Юстина».

Объектом исследования выступает маркетинговая деятельность предприятия на рынке недвижимости.

Предметом исследования являются методические особенности управления маркетинговой деятельностью предприятия на рынке недвижимости.

Теоретической основой поставленных и решаемых в диссертационной работе задач явились методы исследования: анализ, системный подход, экспертный и др.; труды ведущих отечественных и зарубежных ученых, материалы периодической печати по проблеме управления маркетингом предприятий на рынке недвижимости, интернет-ресурсы.

Информационную базу исследования составили данные финансовой и статистической отчетности ООО «Юстина», а также результаты выполненных автором маркетинговых исследований, данные по анализу рынка и предприятий рынка недвижимости.

В ходе работы были достигнуты основные результаты, составляющие элементы научной новизны исследования, заключающиеся в следующем:

1. Уточнено понятие «управление маркетинговой деятельностью предприятия», которое учитывает сбытовую и потребительскую направленность маркетинга, что отличает его от известных определений.
2. Усовершенствована классификация методов управления и оценки маркетинговых мероприятий.
3. Разработаны методические рекомендации, предложен алгоритм, обеспечивающий возможность управления маркетингом предприятия на рынке недвижимости.

Практическая значимость диссертационной работы подтверждается использованием рекомендаций по управлению маркетингом в агентстве недвижимости ООО «Юстина» (г. Тобольск). Практическая значимость результатов данного исследования является более широкой. Результаты исследования призваны положительно повлиять на перспективы влияния стабильного функционирования агентства недвижимости на рынок отрасли в целом. А именно, стимулирование продаж ввиду высокого качества обслуживания клиентов, а так же за счет наиболее выгодных условий сделок купли-продажи. Так же, снижение ипотечных ставок от банковского сектора для агентств недвижимости, ввиду возрастающих объемов заимствования.

Кроме того, создание лояльных взаимоотношений и постоянной клиентской базы позволит страховать ипотечные займы с меньшей процентной ставкой. Всё это благоприятно повлияет на рост продаж объектов недвижимости в Тюменской области и на рост поступлений денежных средств от населения в реальный сектор экономики.

Апробация работы. Апробация предложенных рекомендаций проводилась в ООО «Юстина», имеется справка о внедрении.

Публикации. Основные идеи, положения и выводы магистерской диссертации докладывались автором на 2 научных конференциях:

1. Международная научно-практическая конференция «Современные тренды развития стран и регионов», Тюмень, 2018;
2. XVI Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция «Теория и практика экономики и предпринимательства», Симферополь- Гурзуф, 2019.

По результатам исследования опубликованы 2 научные статьи, рецензируемые РИНЦ

Объем и структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, изложена на 102 страницах, содержит 13 рисунков и 25 таблиц. Список использованных источников включает 68 наименований.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Долгосрочная эффективная работа любого предприятия, его экономический рост определяются правильным выбором стратегических ориентиров, позволяющих наилучшим образом реализовать потенциал технических, человеческих и других ресурсов. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся рыночной ситуации организации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и совершенствовать систему управления, позволяющую своевременно реагировать на происходящее вокруг. В современных условиях, исключительно важным становится осуществление такого управления, которое обеспечивает адаптацию фирмы к сложным условиям ведения бизнеса. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов и изменений позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, появление новых возможностей для бизнеса, открываемых достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, изменение роли человеческих ресурсов, а так же ряд других причин, привели к резкому возрастанию значения формирования эффективной системы управления организацией.

В ходе написания исследовательской работы (магистерской диссертации) была достигнута обозначенная цель, решены поставленные задачи.

Так, учитывая, что Тюменская область входит в ТОП 10 субъектов РФ с высокими заработными платами, одной заработной платы не хватает на покрытие 1 м^2 даже самой дешевой недвижимости. Эксперты прогнозируют, что при нынешней ситуации ожидать оживления рынка недвижимости в Тюмени в 2019 году вряд ли придется. Более того, если экономическая ситуация не улучшится, а цены на недвижимости еще больше упадут, специалисты предвидят ухудшение ситуации. По итогам анализа рынка недвижимости города Тюмень на сентябрь 2018 года город демонстрировал отрицательную динамику цен на жилую недвижимость в области. По плану на 2019 год в Тюменской области построят 1,5 млн. кв. м жилья. Предполагается

возвести 1 млн. 26 тыс. кв. м в многоквартирных домах и 506,6 тыс. кв. м за счет индивидуального жилищного строительства.

В диссертационной работе выполнены исследования по анализу и оценке экономической эффективности управленческих решений по управлению маркетинговой деятельностью организации, работающей на рынке недвижимости.

Основными научными и практическими результатами являются:

1. Изучены теоретические аспекты управления маркетингом предприятий на рынке недвижимости: имеющиеся в научной литературе определения управления маркетингом, принципы и методы управления маркетингом, особенности управления маркетингом предприятий на рынке недвижимости.
2. Усовершенствована методология «управление маркетингом на предприятии». Уточнено определение понятия «управление маркетингом», которое учитывает сбытовую и потребительскую направленность маркетинга, что отличает его от известных понятий.
3. Разработан алгоритм, обеспечивающий возможность управления маркетингом предприятия на рынке недвижимости и оценки экономической эффективности управленческих решений по управлению маркетингом.
4. Разработанный алгоритм анализа и оценки экономической эффективности управленческих решений по управлению маркетингом был апробирован в ООО «Юстина» (г. Тобольск). Он позволил компании повысить эффективность маркетинговой деятельности и увеличить прибыль.
5. Для реализации этого алгоритма был предложен ряд управленческих решений по управлению маркетингом, а именно:
 - Расчет показателей рентабельности предприятия.

- Проведение анализа внешней и внутренней среды предприятия (анализ финансово-экономических показателей, анкетирование) и выявление отклонений.
- Планирование мероприятий:
 - 1) крупная рекламная компания (услуги должны стать максимально-узнаваемыми и позиционироваться как качественный и доступный);
 - 2) улучшение качества предоставляемых услуг (закуплена программа 3D-тах для визуализации интерьера квартир и домов);
 - 3) найм высококвалифицированного специалиста-маркетолога и повышение квалификации уже работающего персонала.
 - Реализация мероприятий.
 - Проведение внутреннего аудита.
 - Повтор анализа через период (расчет маркетинговой рентабельности и рентабельности п/п в целом).

Кроме того, для клиентов, с которыми сотрудничает организация, возможна оценка перехода покупателей из группы мелких в средние, из средних – в значительные, а из значительных в группу топ – клиентов.

С учетом вышесказанного, можно выделить перспективы влияния стабильного функционирования агентства недвижимости на рынок отрасли в целом:

- 1) Стимулирование продаж ввиду высокого качества обслуживания клиентов, а так же за счет наиболее выгодных условий сделок купли-продажи;
- 2) Снижение ипотечных ставок от банковского сектора для агентств недвижимости, ввиду возрастающих объемов заимствования;
- 3) Создание лояльных взаимоотношений и постоянной клиентской базы позволит страховать ипотечные займы с меньшей процентной ставкой;

Все это благоприятно повлияет на рост продаж объектов недвижимости в Тюменской области и на рост поступления денежных средств от населения в реальный сектор экономики.

С учетом вышесказанного, можно выделить перспективы влияния стабильного функционирования агентства недвижимости на рынок отрасли в целом:

- 1) Стимулирование продаж ввиду высокого качества обслуживания клиентов, а так же за счет наиболее выгодных условий сделок купли-продажи;
- 2) Снижение ипотечных ставок от банковского сектора для агентств недвижимости, ввиду возрастающих объемов заимствования;
- 3) Создание лояльных взаимоотношений и постоянной клиентской базы позволит страховать ипотечные займы с меньшей процентной ставкой.

Таким образом при внедрении данных мероприятий, ООО «Юстина» будет стремительно охватывать всё больший объём рынка, повышая свою маркетинговую эффективность и клиентооборот. Всё это благоприятно повлияет на рост продаж объектов недвижимости в Тюменской области и на рост поступлений денежных средств о населения в реальный сектор экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анурин В., Маркетинг: учебник./ В. Анурин. - С-П., Питер, 2015. - 186 с.
2. Балашова М.В. Маркетинг: учебник. / М.В. Балашова. – М.: ЮРАЙТ, 2017. – 542с.
3. Байкова Е.А. Тенденции развития рынка недвижимости города Тюмени в современных условиях. Стр. 189 – 190. // Современные тренды развития стран и регионов – 2018: материалы международной научно-практической конференции: в 2 томах, т. 1 / отв. ред. О. В. Ямова. – Тюмень: ТИУ, 2019. – 352 с.
4. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. Учебник. / В.И. Беляев. – Изд-во: КноРус, 2014. – 672с.
5. Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник. / М.Н. Григорьев. – М.: ЮРАЙТ, 2016. – 464с.
6. Данилова Елена Павловна, Байкова Евгения Александровна. Тенденции и перспективы развития рынка недвижимости в мире. Стр. 75 – 77. // Теория и практика экономики и предпринимательства / Труды Т338 XVI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции / под ред. проф. Апатовой Н. В. – Симферополь-Гурзуф, 18-20 апреля 2019 год. – Симферополь : ИП Зуева Т. В., 2019. – 298 с.
7. Данько Т.П. Управление маркетингом: учебник./ Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 20118.-368с.
8. Дикарева В.А. Маркетинговые исследования: учебное пособие. / В.А. Дикарева, А.М. Чернышева. – М.: Граница, 2016. – 192с.
9. Дикарева В.А. Основы современного маркетинга: учебное пособие. / В.А. Дикарева, А.М. Чернышева. – М.: Граница, 20117.
10. Жуликов П.П. Основы маркетинга: учебное пособие. / П.П. Жуликов. – Изд-во: Либроком, 2014. – 248с.
11. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие. / П.С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 496с.

12. Захаров С.В. Маркетинг: учебник. / С.В. Захаров, Б.Ю. Сербиновский, В.И. Павленко. – Изд-во: Феникс, 5 - е издание, 2015. – 361с.
13. Иванов В.В. Управление недвижимостью: учебник. /В.В. Иванов, О.К. Хан.- М.: ИНФРА-М, 2017. – 446с.
14. Карпова С.В. Маркетинг: учебное пособие. / С.В. Карпова. – Изд-во: Феникс, 2016. – 480с.
15. Кнышова Е.Н. Маркетинг: учебное пособие./ Е.Н. Кнышова. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. – 282с.
16. Капон Н. Управление маркетингом: Учебник для вузов./ Н.А. Капон, В.Б. Колчанов, Дж. Макхалберт. –Изд-во: Питер, 1-е издание, 2014. – 832с.
17. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учебник./ Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – Изд-во: Питер, 15-е издание, 2017. – 812с.
18. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учебник./ Ф. Котлер.- Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2018. – 752с.
19. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебник./Ф. Котлер.- Пер. с англ. - М.; СПб.; К.; Издательский дом «Вильяме», 2016. – 944с.
20. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебник/ Ф. Котлер, Г. Армстронг. – Профессиональное издание, 17-е изд.: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – 1072с.
21. Кузнецова Л.В. Основы маркетинга: учебное пособие. / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. – М.: ИНФРА-М, 2015. -139с.
22. Лидовская О.П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения / О.П. Лидовская. – СПб.: Питер, 2018. – 141с.
23. Мельник М.В. Маркетинговый анализ: учебник. / М.В. Мельник, С.Е. Егорова. – М.: Рид Групп, 2015. – 384с.
24. Морошкин В.А. Маркетинг: учебное пособие. / В.А.Морошкин, Н.А. Контарева, Н.Ю. Курганова. – М.:ФОРУМ, 2016. – 350с.
25. Ноздрева Р.Б, Цыгичко Л.И Маркетинг. Как побеждать на рынке? /.- М.: - 2017, - 200 с.
26. Отчетность ООО «Юстина» за 2016 – 2018 годы.

27. Парамонова Т.Н. Маркетинг / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. – Изд.-во: КноРус, 2014. – 188с.
28. Пичурин И.И. Основы маркетинга: теория и практика. Учебное пособие. / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 383с.
29. Соловьев Б.А. Управление маркетингом: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации» / Б.А. Соловьев. - Модуль 13. - М.: «ИНФРА-М», 2017. -336 с.
30. Симонян Т.В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации : учебное пособие. / Т.В. Симонян, Т.Г. Кизилова. – Изд-во: Феникс, 2016. – 224с.
31. Синяева И.М. Маркетинг: учебное пособие. / И.М. Синяева. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 384с.
32. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник. / Б.Е. Токарев. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 512с.
33. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: эксклюзив, технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности. / Р.А. Фатхутдинов – М.: Эксмо, 2016. – 541с.
34. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг: Пер с англ. - М.: Экономика, 2014. – 355с.
35. Маркетинг: учебное пособие / О.В. Воронкова, К.В. Завражина, Р.Р. Толстяков и др. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2016. – 120с.
36. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебное пособие. - М.: Маркетинг. Книготорговый центр. - 2017. - 345 с.
37. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: учебное пособие / Н. И. Ивашкова. - М.: ФОРУМ. ИД «Инфра-М», 2015. - 176 с.
38. Шаповалов В.А. Управление маркетингом: учебное пособие / В.А. Шаповалов. – Шахты. – Изд-во ЮРГУЭС, 2018. – 181с.
39. Краснова В. 7 нот менеджмента: Под ред. В.Красновой, А. Привалова. - М, ЗАО «Журнал Эксперт», 2017. - 656 с

40. Данько Т.П. Векторы инновационного развития концепций и методов управления маркетингом. / Т.П. Данько, О.В. Китова // Журнал «Маркетинг». – 2018. - №1(98). – С.1-17.
41. Малкина М.Ю. Анализ состояния и тенденций рынка жилой недвижимости в Российской Федерации./ М.Ю. Малкина, Е.А. Щулепникова // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. - № 20 (275). С.1-12.
42. Устав ООО «Юстина» с изменениями на 2019 год;
43. Якобсон А.Я. Маркетинг: общий курс. Учебное пособие. / А.Я. Якобсон. – М.: ОМЕГА-Л, 2016. – 476с.
44. Ввод жилья в 2018 году в России вырос. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.tmn.v-nedv.ru/newsr_5144.html?t=132444 (дата обращения: 05.03.2019).
45. Новое слово в строительной отрасли –URL: <https://rosrealt.ru/moskva-sao/statya-180115-novoe-slovo-v-stroitelnoj-otrasli> (дата обращения: 24.04.2019).
46. Жилищное строительство.. Интерактивная витрина федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/building/ (дата обращения: 22.04.2019).
47. Строительный аудит [Электронный ресурс]. –URL: <https://rosrealt.ru/moskva-sao/statya-180219-stroitelnyj-audit> (дата обращения: 04.04.2019).
48. Покупка квартиры - несколько аспектов, которые позволят обезопасить себя как покупателя. [Электронный ресурс]. – URL <https://rosrealt.ru/analitika/pokupka-kvartiry-obezopasit-sebya-kak-pokupatelya> (дата обращения: 09.03.2019).
49. Индексы рынка недвижимости на неделю от 19.03.19 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.irm.ru/index/> (дата обращения: 20.03.2019).
50. Итоги рынка недвижимости 2018 года, прогноз на 2019 год. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.etagi.com/news/n1392.html> (дата обращения: 15.03.2019).

51. Маркетинговая концепция управления предприятием. [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.patlah.ru/biznes/biz-10/biznes-sdelai/biznes-sdelai-14.htm> (дата обращения: 07.04.2019).
52. Недвижимость в Тюмени. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rostov.ru/adv/news/2011/11/21/164447/> (дата обращения: 15.03.2019).
53. Сайт Росстата www.gks.ru (дата обращения: 15.03.2019).
54. Статистика цен. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dom72.ru/price-statistic/> (дата обращения: 17.03.2019).
55. Управление маркетингом недвижимости. [Электронный ресурс]. – URL: <http://aboutnedvigimost.info/?cat=100> (дата обращения: 12.03.2019).
56. Зарубежная недвижимость в 2018 году: аналитическое обозрение Tranio.Ru [Электронный ресурс]. –URL: <http://www.irn.ru/articles/34641.html> (дата обращения: 10.04.2019).
57. О жилищном строительстве в I квартале 2019 года. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d04/80.htm (дата обращения: 23.04.2019).
58. Строительство. Интерактивная витрина федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/building/ (дата обращения: 22.04.2019).
59. Информация для ведения мониторинга социально-экономического положения субъектов Российской Федерации в январе-декабре 2018 года. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438 (дата обращения: 10.04.2018).
60. Динамика цен на рынке недвижимости Европы в 2018 год. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.profi-forex.by/news/entry.html> (дата обращения: 12.04.2019).

61. В России спрогнозировали рекордный ввод торговых площадей. [Электронный ресурс]. – [URL:http://realty.lenta.ru/news/2013/01/](http://realty.lenta.ru/news/2013/01/) (дата обращения: 12.04.2019).
62. Стоимость квадратного метра в городах Болгарии. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.balkan-club.ru/> (дата обращения: 12.04.2019).
63. Эффективность и рентабельность маркетинга. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/cost_efficiency.htm (дата обращения: 13.04.2019).
64. 5P, 7P, 4C: основные концепции маркетингового комплекса. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.dv-reclama.ru/others/articles/marketing/detail.php?ELEMENT_ID=2565 (дата обращения: 13.04.2019).
65. Модели маркетинга услуг. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.e-college.ru/> (дата обращения: 13.04.2019).
66. Строительство в России. Сборник публикаций за 2018 год. [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138716432453 (дата обращения: 10.04.2019).
67. Топ–10 самых дорогих городов России // МИР КВАРТИР URL:<http://journal.mirkvartir.ru/analytics/2015/12/10/top10-samih-dorogih-gorodov-rossii/> (дата обращения: 27.03.2018);
68. Приложение к сборнику «Строительство в России» (Информация в разрезе субъектов РФ за 2018 год) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138716432453 (дата обращения: 13.05.2018).