**Авторская программа**

**Стерника Геннадия Моисеевича**

**«методология анализа рынка недвижимости**

**в интересах маркетинговой деятельности»**

**Целевая аудитория**: маркетологи и аналитики инвестиционных, брокерских, девелоперских, оценочных компаний, работающих на рынке недвижимости.

**1. Основные понятия методологии маркетинга**

Основные понятие концепции маркетинга.

Принципы организации маркетинговой деятельности в компании.

Цели и содержание маркетинговых исследований в компании

**2. Основные положения методологии анализа рынка.**

Цели и содержание анализа рынка недвижимости.

Специализированный анализ рынка в интересах различных видов деятельности.

**3. Создание и наполнение аналитических баз данных.**

Идеальная структура аналитических баз данных.

Стандарты описания информационных объектов в базах данных.

Способы очистки риэлторских баз предложений от артефактов, дублей и повторов.

Практическое занятие.

**4. Методология анализа рынка на основе пространственно-параметрического моделирования.**

Два варианта методологии анализа рынка.

Сущность методологии мониторинга рынка недвижимости на основе числовых дискретных пространственно-параметрических моделей (ДППМ).

Двенадцать шагов мониторинга.

Практическое занятие.

**5. Применение методологии ДППМ в интересах маркетинговой деятельности.**

Концепция использования методологии ДППМ рынка недвижимости в интересах маркетинговой деятельности.

**© Г.М.Стерник, 1.10.10**