

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

**Роль рекламы в продвижении на рынке недвижимости: исследование  
эффективности различных рекламных подходов**

**Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна**

*Емяшева Александра Григорьевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: sashaemyasheva1@yandex.ru*

В современном мире реклама играет ключевую роль в продвижении товаров и услуг на рынке. Она является важной частью повседневной жизни людей и наиболее популярным способом продвижения товаров и услуг. «Рынок недвижимости как относительно новая социально-экономическая реальность с его особенностями и закономерностями стал предметом изучения и научных дискуссий ведущих экономистов нашей страны, появившись в 1990-е гг. Сегодня понятия «недвижимость» и «недвижимое имущество» прочно вошли в нашу повседневную жизнь», - пишут Боровкова В. А. И Пирогова О. Е. [1]. Вместе с тем, недвижимость является одной из наиболее востребованных и динамичных отраслей, где активно используются различные маркетинговые инструменты для привлечения клиентов. Именно поэтому данная тема выбрана для курсовой работы.

О данной теме говорят многие современные маркетологи, ученые и специалисты по рекламе. К примеру, в своей книге А. Назайкин [2] рассматривает основные моменты продажи объектов недвижимости с помощью рекламы. Автор подробно и популярно объясняет, что и как нужно сделать продавцу квартиры или дома для подготовки эффективной рекламы. Кроме того, Рахмилова Е. В. В своей статье «Маркетинговые коммуникации компании на рынке недвижимости» также поднимает тему особенностей рекламной и маркетинговой деятельности в рассматриваемой сфере. Также по данной теме существует ряд учебных пособий. Например, Боровкова В. А., Пирогова О. Е. «Экономика недвижимости: учебник и практикум для академического бакалавриата» и Подсорин В.А., Евдокимов О.Г. «Экономика недвижимости: Учебное пособие для программ бакалавриата по направлениям «Экономика», «Торговое дело». В представленных учебниках подробно излагается тема экономической деятельности в недвижимости, а также затрагиваются особенности развития рынка, в частности в Российской Федерации.

Актуальность исследования заключается в том, что успешное продвижение недвижимости сегодня требует использования эффективных и инновационных рекламных стратегий. С учетом быстрого роста конкуренции и изменений в предпочтениях потребителей, необходимо анализировать и оценивать эффективность различных подходов к рекламе недвижимости.

Актуальность исследования коммуникации на рынке недвижимости обусловлена тем, что в последние годы происходит изменение поведения потребителей на данном рынке, связанное с развитием Интернета, с помощью которого наиболее удобно осуществлять как продажу, так и покупку объектов недвижимости. В связи с этим, многие компании на рынке недвижимости значительно меняют собственные комплексы маркетинговых коммуникации, делая наибольший упор на продвижение в Интернете [3].

Объектом исследования является рекламная деятельность в сфере недвижимости, а предметом - различные рекламные подходы, использованные для продвижения недвижимости на рынке.

Целью работы является исследование эффективности различных рекламных подходов в продвижении недвижимости на рынке для улучшения эффективности использования рекламы в сфере недвижимости.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы рекламы и продвижения недвижимости на рынке.
2. Анализировать и классифицировать различные рекламные подходы, используемые в сфере недвижимости.
3. Оценить эффективность рекламных подходов разных видов на основе анализа примеров компаний из сферы недвижимости.
4. Сделать выводы о наиболее эффективных рекламных подходах для продвижения недвижимости на рынке.
5. На основе изученного материала разработать рекомендации для выбора рекламных подходов

Методы исследования включают в себя анализ научной литературы, изучение практики использования рекламных стратегий в сфере недвижимости, изучение соцсетей и сайтов компаний из сферы недвижимости, а также изучение профессиональных исследований и статистических данных по данной теме. В результате проведенного исследования будет получена информация о наиболее эффективных способах использования рекламных подходов для продвижения недвижимости на рынке, что позволит компаниям и специалистам в этой сфере улучшить свою рекламную политику и достичь большего успеха на рынке недвижимости.

#### Источники и литература

- 1) 1. Боровкова В. А., Пирогова О. Е. Экономика недвижимости: учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2019. — 417 с.
- 2) 2. Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник. — М.: Экономистъ, 2006. — 18-89 с.
- 3) 3. Исследования пользовательского поведения на рынке недвижимости в 2022 году [Электронный ресурс] // adindex.ru – 2022. – URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/search/2022/12/13/308721.phtml?ysclid=lrtdtz2xoj162290402> (Дата обращения: 10.01.2024)
- 4) 4. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. — СПб.: Питер, 2014. — 389 с.
- 5) 5. Назайкин А. Н. Недвижимость. Как ее рекламировать: Вершина — Москва, 2006 — 341 с.
- 6) 6. Объем медиаинвестиций в сфере недвижимости в 2023 году вырос на 17% [Электронный ресурс] // РБК.ру – 2023. – URL: <https://companies.rbc.ru/news/ixUmKFK5I2/obem-mediainvestitsij-v-sfere-nedvizhimosti-v-2023-godu-vyiros-na-17/?ysclid=lrdqjv5k81815232794> (Дата обращения: 10.01.2024)
- 7) 7. Официальный сайт компании «ИНГРАД» [Электронный ресурс] // ingrad.ru – 2024. – URL: <https://www.ingrad.ru/?ysclid=lre6sptlv0889485040> (Дата обращения: 09.01.2024)
- 8) 8. Официальный сайт компании «Первый ДСК» [Электронный ресурс] // dsk1.ru – 2024. – URL: <https://www.dsk1.ru> (Дата обращения: 09.01.2024)
- 9) 9. Официальный сайт компании «ПИК» [Электронный ресурс] // pik.ru – 2024. – URL: <https://www.pik.ru/?ysclid=lre6m4skj8659315462> (Дата обращения: 09.01.2024)

- 10) Официальный сайт компании «Самолет» [Электронный ресурс] // [samolet.ru](http://samolet.ru) – 2024. – URL: [https://samolet.ru/?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F](https://samolet.ru/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F) (Дата обращения: 09.01.2024)
- 11) 11. Подсорин В.А., Евдокимов О.Г. Экономика недвижимости: Учебное пособие для программ бакалавриата по направлениям «Экономика», «Торговое дело». — М.: МГУПС (МИИТ), 2016. — 23 с.
- 12) 12. Разуваев С., Печеркина А. Книга продаж девелопера МИФ. Бизнес — 2017 — 352 с.
- 13) 13. Рахмилова Е. В. Маркетинговые коммуникации компании на рынке недвижимости // Молодой ученый. — 2016. — №29. — 485-488 с.
- 14) 14. Реклама недвижимости — пример из жизни. Что такое «плохо», и что такое «хорошо»? [Электронный ресурс] // Сайт Заславского – 2020. – URL: <https://zaslavskiy-za.ru/reklama-nedvizhimosti-primer-iz-zhizni-cto-takoe-ploho-i-cto-takoe-horosho/> (Дата обращения: 09.01.2024)