

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЯКУТСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Методические рекомендации для заочного обучения.  
Дисциплина Экономика недвижимости

Якутск 2015 г.

## **Методические рекомендации по выполнению контрольных заданий**

Основной целью дисциплины является ознакомление студентов с основами экономики недвижимости, местом и ролью экономики недвижимости в системе экономических отношений, ее экономической сущности, функциями, сферой применения в процессе функционирования предприятий туризма и гостиничного хозяйства.

Данная дисциплина освещает вопросы теории экономики недвижимости, содержание терминологии экономики недвижимости, сущности основ недвижимости как финансового актива, рассматривает операции со всеми видами недвижимости: земельными участками, участками леса и моря, жилыми и нежилыми помещениями. Значительное внимание уделено ипотечному кредитованию, оценке недвижимости, таймшеру и страхованию. При изучении дисциплины «Экономика недвижимости» перед студентами стоит задача наметить основные направления проведения операций с недвижимостью, формирования практических навыков для проведения операций с недвижимостью.

В соответствии с учебным планом студенты заочного отделения выполняют контрольную работу по курсу «Экономика недвижимости».

Приступать к выполнению контрольной работы рекомендуется после изучения всех тем курса, предусмотренных учебной программой. Контрольную работу следует писать самостоятельно.

Текст контрольной работы печатается на принтере ПЭВМ (шрифт Times New Roman, размер 14) или печатной машинке на одной стороне стандартного листа формата А-4 (297,5 мм х 210 мм) с полуторным интервалом. Поля: левое – 3 см., верхнее – 2,0 см, правое – 2,0 см и нижнее – 3 см. При использовании заимствованного материала (цитат, цифрового, табличного материала, статистических данных и т.п.) обязательно делать сноски с указанием источника (наименования издания, автора, места издания, год издания, страница).

В конце контрольной работы необходимо привести список использованной литературы и других источников информации.

Контрольная работа должна быть выполнена в сроки, предусмотренные учебным графиком.

Контрольная работа состоит из двух теоретических. Следовательно, каждый студент должен письменно ответить на 2.

### **2. Вопросы и задания к контрольной работе**

1. Определение и сущность понятия «недвижимость».
2. Группы финансовых активов выделяемых в составе недвижимости.

3. Виды недвижимости и их характеристика.
4. Понятие «сервитут» и его сущность.
5. Причины прекращения «сервитута».
6. Этапы регистрации объекта недвижимости.
7. Понятие рынка недвижимости и сфера его проявления.
8. Сущность и содержание рынка недвижимости.
9. Характеристика особенностей рынка недвижимости.
10. Определение и сущность понятия «земельный кадастр».  
Закон РФ от 2.01.2000 г. №28-ФЗ «О государственном земельном кадастре».
11. Формы платы за землю.
12. Порядок ведения государственного земельного кадастра.
13. Содержание и сущность земельного налога.
14. Нормативная цена земли, определение и сущность.
15. Определение и содержание понятия «недра».
16. Отношения возникающие в связи с геологическим изучением, использованием и охраной недр территории России.
17. Пользователи недр и сроки предоставления их в пользование.
18. Содержание лицензии на право пользования участками недр.
19. Виды платежей за пользование недрами.
20. Понятие и характеристика исключительной экономической зоны (внутренняя и внешняя граница).
21. Права и обязанности РФ и других государств в исключительной экономической зоне.
22. Система платежей за пользование живыми и неживыми ресурсами.
23. Аренда участка лесного фонда.
24. Безвозмездное пользование участком лесного фонда.
25. Концессия и краткосрочное пользование участком лесного фонда.
26. Понятие и сущность соглашения о разделе продукции.
27. Участки недр, включаемые в отношения о разделе продукции.
28. Основания для включения в перечень участков недр, право пользования которыми может быть предоставлено на условиях раздела продукции.
29. Случаи, в которых соглашения о разделе продукции могут заключаться без проведения конкурсов и аукционов.
30. Условия раздела произведенной продукции между государством и инвестором в соответствии с соглашением.
31. Сущность и содержание подрядных торгов и их основные виды.

- 32.Права и обязанности Тендерного комитета.
- 33.Этапы и содержание процедуры проведения подрядных торгов.
- 34.Таймшер-определение и сущность.
- 35.Цвета отражающие динамику спроса по сезонам на «собственность на каникулы» и их распределение по сезонам.
- 36.Характерные признаки таймшера.
- 37.Существующие в настоящее время обменные системы и системы таймшерных клубов.
- 38.Цена и стоимость объекта недвижимости.
- 39.Рыночная стоимость, стоимость замещения, стоимость производства и инвестиционная стоимость объекта недвижимости.
- 40.Содержание методов используемых для определения стоимости недвижимости.
- 41.Ипотека-определение и сущность.
- 42.Особенности ипотеки земельного участка, квартиры, предприятия.
- 43.Договор об ипотеке и его характеристика.
- 44.Виды ипотечного кредита существующие за рубежом.
- 45.Коэффициент ипотечной задолженности и ипотечная постоянная – определение и сущность.
- 46.Рынок ипотечных кредитов в развитых зарубежных странах.
- 47.Понятие и сущность страхования имущественных интересов хозяйствующих субъектов и граждан.
- 48.Виды страхования и страхование прав собственности на недвижимость.
- 49.Особенности страхования заложенной недвижимости по договору об ипотеке.
- 50.Требования предъявляемые к страховым полисам на объект недвижимости.
- 51.Условия предъявляемые к письменному заключению адвоката на объект недвижимости.

#### **Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы.**

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. Государственным стандартом предусматривается, как правило, 50% часов из общей трудоемкости дисциплины на самостоятельную работу студентов (далее СРС). В связи с этим, обучение в ВУЗе включает в себя две, практически

одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

Текст должен быть напечатан на одной стороне стандартного листа белой односортной бумаги через полтора интервала, черно-белого цвета с полями вокруг текста. Размер левого поля 30 мм, правого — 10 мм, верхнего — 20 мм, нижнего — 20 мм.

Поля слева оставляют для переплета, справа — во избежание того, чтобы в строках не было неправильных переносов из-за не уместившихся частей слов. При таких полях каждая страница должна содержать приблизительно 1800 знаков (30 строк, по 60 знаков в строке, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак).

Не допускаются разного рода текстовые вставки и дополнения, помещаемые на отдельных страницах или на оборотной стороне листа, и переносы кусков текста в другие места.

Все сноски и подстрочные примечания перепечатывают (через один интервал) на той странице, к которой они относятся. Все страницы нумеруются начиная с титульного листа. Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в правом верхнем поле страницы.

Каждый новый раздел начинается с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку использованных источников, приложению, указателям. Фразы, начинающиеся с новой (красной) строки, печатают с абзацным отступом от начала строки, равным пяти ударам. Формулы должны быть вписаны в текст тщательно и разборчиво. Прописные и строчные буквы, надстрочные и подстрочные индексы в формулах должны обозначаться четко. Размеры знаков для формул рекомендуются следующие: прописные буквы и цифры — 7...8 мм, строчные — 4 мм, показатели степеней и индексы — не менее 2 мм.

Таблицы, рисунки, чертежи, графики, фотографии как в тексте, так и в приложении должны быть выполнены на стандартных листах размером 210 x 297 мм или наклеены на стандартные листы белой бумаги. Подписи и пояснения к фотографиям, рисункам обязательны и располагаются с лицевой стороны.

Рукопись, рисунки, фотографии не должны иметь пометок, карандашных исправлений, пятен и загибов, набивка буквы на букву и дорисовка букв чернилами не допускается.

Все ошибки и опечатки необходимо исправить. Число исправлений должно быть минимальным: на страницу не более пяти исправлений от руки тушью или чернилами черного цвета (если не возможно перепечатать).

## **Темы заданий (рефератов) для самостоятельной работы:**

1. Источники маркетинговой информации.
2. Методы сбора информации и ее анализ.
3. Маркетинговые информационные системы.
4. SWOT - анализ как инструмент маркетингового исследования.
5. Определение надежности и достоверности измерения маркетинговой информации.
6. Маркетинговое исследование рынка. Применяемые методы.
7. Маркетинговое исследование потребителей. Применяемые методы.
8. Маркетинговое исследование товаров конкурентов. Применяемые методы.
9. Исследование товарного ассортимента предприятия. Применяемые методы.
10. Исследование восприятия нового товара потребителем. Применяемые методы.
11. Маркетинговое изучение конкурентов и возможности завоевания преимуществ в конкурентной борьбе. Применяемые методы.
12. Маркетинговое исследование для обоснования ценовой политики предприятия.
13. Маркетинговое исследование для обоснования рекламной кампании.
14. Маркетинговое исследование как основа для принятия управленческих решений в условиях рынка.
15. Основные принципы и направления маркетинговых исследований предприятия.
16. Информационная база данных для определения конкурентоспособности предприятия.
17. Процесс маркетинговых исследований.
18. Маркетинговое исследование по определению емкости рынка и рыночной доли предприятия.
19. Разработка выборочного плана исследований и определение объема выборки.
20. Маркетинговые исследования на рынке услуг.
21. Определение типа требуемой информации и источников ее получения.
22. Определение методов сбора необходимых данных.
23. Организация маркетинговых исследований по определению экономической эффективности рекламы.
24. Исследование маркетинговых возможностей роста фирмы.
25. Исследование конъюнктуры рынка.
26. Организация маркетингового исследования сбытовой сети фирмы.
27. Особенности маркетинговых исследований на международных рынках.

28. Методы изучения конкурентов.
29. Структура и методы маркетинговых исследований.
30. Подходы к проведению рыночных исследований. Характеристика методов.