

КАРТА ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

1).НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ: «Маркетинг на ринку нерухомості»		1) Шифр за ОНП: ОК 7		
2) Карта дисципліни дійсна протягом навчального року: 2022/2023				
3) Освітній рівень: другий рівень вищої освіти (бакалавр)				
4) Форма навчання: денна\заочна				
5) Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ				
6) Спеціальність: 075 Маркетинг				
8) Компонента спеціальності:				
9) Семестр: 6				
10) Цикл дисципліни: дисципліна бакалаврської підготовки				
11) Викладач (розробник карти): доцент,к.т.н. Огороднік І.В.				
12) Мова навчання: українська				
13) Необхідні ввідні дисципліни: (що треба вивчити, щоб слухати цей курс) основи економічної теорії,економічна інформатика,основи підприємництва.				
14) Мета курсу: є вивчення маркетингової діяльності на вітчизняному та світовому ринках нерухомості; засвоєння інструментарію та засобів діагностування ринку нерухомості і його окремих сегментів.				
15) Результати навчання:				
	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності
1.	Знати: ринок нерухомості, його особливості,побудову,оцінку нерухомості та технологію використання маркетингових інструментів для вивчення ринку та отримання позитивних фінансових та іміджевих результатів Вміти: використовувати маркетингові технології для розвитку ринку нерухомості та оцінки його кон'юнктурного конкурентного середовища	Обговорення під час занять, тематичне дослідження,	лекції практичні заняття	Інтегральна

2	ПР01 Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях. Знати: особливості використання маркетингу у сфері нерухомості понятійний апарат, що становить основу ринку нерухомості сутність і особливості нерухомості як товару, специфіку власності на нерухомість; стан та перспективи розвитку окремих секторів ринку нерухомості, зокрема ринків землі та житлової і не житлової нерухомості; методологічні основи, методи і прийомами оцінки нерухомості; існуючу систему оподаткування нерухомості, принципи та ролі оподаткування нерухомості майна (власності); особливості вибудовування відповідних стратегій задоволення потреб різних сегментів на ринку нерухомості.. Вміти: оцінити ефективність маркетингової діяльності на ринку нерухомості застосовувати отримані знання в практичній діяльності аналізувати ринкові можливості господарюючих суб'єктів на ринку нерухомості проектувати комплекс маркетингу на ринку нерухомості проектувати ймовірні і бажані сценарії інвестиційних вкладень в об'єкти нерухомості, на конкретних географічних ринках з відповідними атрибутами макросередовища бізнесу; здійснювати управління маркетинговою діяльністю на ринку нерухомості проводити необхідні розрахунки для оптимізації прийнятих рішень на ринку нерухомості; оцінювати прибутковість (витрати) від операцій з нерухомістю та їх оптимізацію; застосовувати отримані знання в практичній діяльності; використовувати маркетингові операції на місцях своєї постійної роботи звертатись до фахових періодичних видань протягом всієї своєї трудової діяльності для розв'язання питань у частині маркетингової діяльності на ринку нерухомості.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження,	лекції практичні заняття	СК4
3	ПР02 Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. Знати: <i>Знати:</i> особливості ринку нерухомості для ефективного використання маркетингових технологій. Знати маркетингові інструменти і ефективність їх використання на ринку нерухомості. Вміти: ефективно використовувати маркетингові інструменти для ефективного розвитку ринку нерухомості	Обговорення під час занять, тематичне дослідження,	лекції практичні заняття	СК4 СК5

4	ПР08Застосовувати одержані знання й уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. Знати та вміти: знати та розуміти формування життєвого цикла об'єктів ринку нерухомості. Функціонування цих об'єктів для збереження навколишнього середовища. Вміти використовувати маркетингові технології для ефективної реалізації об'єктів нерухомості на всіх етапах їх життєвого циклу, для зменшення від'ємного впливу на навколишнє середовище.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження,	лекції практичні заняття	СК5
5	ПР09 Знати вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної і правової держави Вміти: обґрунтувати мотивації використання послуг міжнародних компаній, що працюють на ринку нерухомості для сталого розвитку України і використання передових інноваційних підходів для розвитку ринку нерухомості; Зробити акцент на специфічності умов та основах формування конкурентного середовища країн світу, конкурентоспроможності країн у контексті глобалізації світових економічних процесів, напрямках підвищення конкурентоспроможності національної економіки, особливо ринку нерухомості.;	Обговорення під час занять, тематичне дослідження,	лекції практичні заняття	СК6 СК7

16) Форми занять та їх тривалість (кількість годин)

Лекція	Практичне заняття	Лабораторні заняття	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні робота студента
20\6	20\18	-	Модульні контрольні роботи	50\66

Зміст: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/ КР/СРС)

Лекція: передбачено НП

Тема 1

Маркетинг. Основні поняття. Маркетинг у нерухомості. Основні положення

1. Сутність та принципи маркетингу.
2. Сутність маркетингових досліджень.
3. Еволюція маркетингу. Маркетинг-мікс. Маркетинг 4Р-8Р.
4. Маркетинг ХХІ сторіччя Онлайн комунікації
5. Маркетинг на ринку нерухомості. Основні положення

Тема 2

Сутність та класифікація нерухомості.

1. Ознаки нерухомості

- 1.1. Сутність нерухомості
- 1.2. Родові та власні ознаки
- 1.3. Характеристика життєвого циклу об'єктів нерухомості

2. Склад і характеристика об'єктів нерухомості

- 2.1. Характеристика основних об'єктів нерухомості
- 2.2. Підприємство як особливий об'єкт нерухомості

3. Класифікація об'єктів нерухомості

- 3.1. Класифікація об'єктів нерухомості залежно від їх походження
- 3.2. Класифікація земель за категоріями
- 3.3. Класифікації житлових об'єктів нерухомості
- 3.4. Характеристика комерційних об'єктів нерухомості

Тема 3**Ринок нерухомості та його особливості****1. Ринок нерухомості та його особливості**

- 1.1. Сутність і значення ринку нерухомості
- 1.2. Функції ринку нерухомості
- 1.3. Особливості ринку нерухомості

2. Ринок нерухомості як інтегральна категорія ринку

- 2.1. Структурна залежність ринку нерухомості від інвестиційного ринку.
- 2.2. Нерухомість – товар особливого виду.
- 2.3. Ринок нерухомості – один із різновидів ринку послуг.

Тема 4**Суб'єктна структура ринку нерухомості та ріелторська діяльність.****1. Суб'єктна структура ринку нерухомості**

- 1.1. Характеристика секторів ринку нерухомості.
- 1.2. Суб'єкти ринку нерухомості.
- 1.3. Види ринків нерухомості.

2. Ріелторська діяльність.

- 2.1. Характеристика ріелторської діяльності.
- 2.2. Сертифікація ріелторської діяльності.
- 2.3. Технологія надання ріелторських послуг.
- 2.4. Основні напрямки ріелторської діяльності.

3. Право власності на нерухомість.

- 3.1. Форми власності на нерухомість.
- 3.2. Види обмежених речових прав на землю.
- 3.3. Особливості купівлі-продажу окремих об'єктів нерухомості.

4. Державна реєстрація об'єктів нерухомості.

- 4.1. Об'єкти нерухомості що підлягають державній реєстрації.
- 4.2. Юридичні ознаки об'єкта нерухомості.
- 4.3. Порядок здійснення державної реєстрації нерухомості.

Тема 5**Кон'юнктура ринку нерухомості, методи її прогнозування.**

1. Механізм функціонування ринку нерухомості.
2. Кон'юнктура ринку нерухомості, фактори, які її визначають
3. Математико-статистичні методи прогнозування кон'юнктури ринку нерухомості.

Тема 6.**Правовий супровід ринку нерухомості**

1. Склад кошторисної документації будівництва, принципи та порядок її розробки.
2. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні».
3. Питання оцінки майна у випадку його страхування

Тема 7. Оцінка вартості нерухомості. Методи визначення та математично-статистичного аналізу оцінки.

1. Методи визначення вартості нерухомості. Дохідний, витратний та порівняльний підходи оцінки вартості об'єктів нерухомості.
2. Оцінювання землі. Загальна характеристика методичних підходів визначення вартості земельних ділянок.
3. Математичні та статистичні методи оцінювання нерухомості.

Тема 8**Державне регулювання будівництва та сприяння його розвитку**

1. Державне регулювання будівництва
2. Документальне забезпечення права власності на землю та нерухомість в Україні та світі.
3. Оподаткування нерухомості нерухомість в Україні та світі
4. Ліцензування будівельної діяльності в Україні.

Тема 9**Операції та угоди з нерухомістю.**

1. Угоди з нерухомістю: види, порядок укладання. Нотаріальне завірення угод з нерухомістю. Особливості здійснення комерційної діяльності із пам'ятками архітектури.
2. Порядок переведення житлових приміщень в нежитлові.
3. Оренда нерухомості: стан та перспективи розвитку в Україні та світі. Законодавче регулювання орендних відносин. Орендні угоди.
4. Іпотечне кредитування: сутність, порядок здійснення, роль в функціонуванні вітчизняного ринку нерухомості. Стан та перспективи розвитку іпотечного кредитування в Україні та світі.

Тема 10**Система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості.**

1. Стратегії управління маркетинговими комунікаціями
2. Комплексна система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості.

Контрольна робота: модульні контрольні**Змістовний модуль 1. Ринок нерухомості та його особливості****Змістовний модуль 2 Маркетингові інструменти та комунікації, що є ефективними на ринку нерухомості****Тематика індивідуальних робіт (рефератів)**

1. Особливості нерухомості, як товару. Особливості продажу нерухомості.
2. Аналіз маркетингового середовища нерухомості.
3. Вплив маркетингових стратегій на розвиток ринку нерухомості.
4. Шляхи ефективного продажу нерухомості. Роль маркетингу в збільшенні продаж.
5. Планування та управління маркетингу на ринку нерухомості.
6. Використання маркетингу при генеральному плануванні міст в земельних відносинах.
8. Зарубіжний досвід використання маркетингу при формування відносин власності на землю.
9. Використання маркетингу при розробці різних видів платного користування землею.
10. Використання маркетингу при проведенні приватизації землі в різних країнах.
12. Використання маркетингу при впровадженні кадастрового обліку в Україні.
13. Вплив та використання інструментів маркетингу для створення самокеруючого житлового фонду.
14. Ефективність використання методів маркетингу для розвитку підприємницької діяльності по обслуговуванню житлового фонду.
15. Роль та місце маркетингу у досягненні ринкового успіху підприємства на ринку нерухомості.
16. Концептуальні підходи до визначення маркетингу на ринку нерухомості.
17. Основні тенденції розвитку маркетингу на ринку нерухомості в Україні.
18. Проблеми маркетингу в умовах формування ринкових відносин на ринку нерухомості в Україні.
19. Вплив глобальної торгової системи на маркетингову діяльність підприємств ринку нерухомості
20. Стан і перспективи розвитку маркетингові дослідження на ринку нерухомості в Україні.
21. Ринок маркетингових досліджень ринку нерухомості в Україні: становлення і проблеми розвитку.
22. Нові тенденції в сегментації ринку нерухомості: від ринку до споживача.
23. Актуальність використання технології брендингу на ринку нерухомості в Україні.
24. Основні підходи до визначення сутності позиціонування торговельної марки на ринку нерухомості.
25. Капітал бренду та методи його оцінки на ринку нерухомості
26. Імідж бренду: сутність та складності формування на ринку нерухомості.
27. Захисні маркетингові рішення у цінових війнах на ринку нерухомості.
28. Сучасні тенденції українського рекламного креативу ринку нерухомості.
29. Соціальна реклама на ринку нерухомості в Україні.
30. Особливості рекламного ринку на ринку нерухомості України.
31. Комунікативні особливості інтерактивного маркетингу на ринку нерухомості.
32. Електронна комерція та інтерактивний маркетинг на ринку нерухомості.
33. Використання директ-маркетингових програм на ринку нерухомості.
34. Паблік рилейшнз у маркетинговій політиці комунікацій на ринку нерухомості.
35. Спонсорство та методи його комунікаційної підтримки на ринку нерухомості.
36. Мерчандайзинг як ефективний засіб впливу на покупців на ринку нерухомості.
37. Результативність маркетингової діяльності підприємства та її оцінка на ринку нерухомості.
38. Маркетингові ризики підприємства та фактори, що їх формують на ринку нерухомості.
39. Напрямки підвищення ефективності маркетингових досліджень на ринку нерухомості.
40. Стан і перспективи розвитку маркетингових досліджень ринку нерухомості України.
41. Інформаційні системи маркетингу ринку нерухомості.
42. Тенденції сучасного розвитку маркетингових досліджень ринку нерухомості.
43. Особливості поведінки українських споживачів на ринку нерухомості.
44. Дослідження іміджу об'єктів ринку нерухомості промислового призначення.
45. Загальнонаукові методи маркетингових досліджень відносно ринку нерухомості.
46. Ефективність маркетингових досліджень ринку нерухомості.
47. Стан реклами ринку нерухомості в Україні. Оцінка ефективності реклами.
48. Прогнозування результатів та контроль ефективності рекламної кампанії об'єктів на ринку нерухомості..
49. Наукові підходи до дослідження впливу рекламних засобів ринку нерухомості на споживача.
50. Сучасні можливості комп'ютерної, офісної та іншої техніки з метою удосконалення рекламного процесу на ринку нерухомості
51. Глобальна система Internet і можливості сучасного використання в рекламі на ринку нерухомості.
52. Сучасна зовнішня реклама на ринку нерухомості.
53. Контроль результатів рекламної кампанії ринку нерухомості. Реклама і конс'юмеризм.
54. Використання реклами у створенні іміджу фірм ринку нерухомості.
55. Джерела інформації для рекламних досліджень ринку нерухомості. Вплив способу позиціонування об'єктів нерухомості на розробку рекламної компанії

Самостійна робота студента:

Тема 1 Маркетинг. Основні поняття. Маркетинг у нерухомості. Основні положення

Тема 2 Сутність та класифікація нерухомості.

Тема 3 Ринок нерухомості та його особливості

Тема 4 Суб'єктна структура ринку нерухомості та ріелторська діяльність.

Тема 5 Кон'юнктура ринку нерухомості, методи її прогнозування.

Тема 6. Правовий супровід ринку нерухомості

Тема 7. Оцінка вартості нерухомості. Методи визначення та математично-статистичного аналізу оцінки.

Тема 8 Державне регулювання будівництва та сприяння його розвитку

Тема 9 Операції та угоди з нерухомістю.

Тема 10 Система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості.

17) Іспит: передбачено диференційний залік

Сума					
Модуль № 1	Модуль № 2	Індивідуальне завдання (реферат)	Практичні заняття	Підсумковий тест (залік)	Підсумковий
~10	~10	20	30	30	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

18) Основна література:

12. Оцінка майна в Україні. Том 1. Нерухоме майно: Монографія / Л. І Вороніна, В.Є. Воротін, В.Г. Лісник, В.М. Поліщук. – К.: Вид-во Європ.ун-ту, 2005. – 217 с
13. Ринок нерухомості / Асаул А.М., Павлов В.І., Пилипенко І.І., Павліха Н.В., Кривов'язюк І.В: Навч. посібник. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 387с
14. Котик З. Нерухоме майно та методи його оцінки: Навчальне видання. – Львів: Каменяр, 2002. – 95 с. 263
15. Котик З. Оцінка нерухомої власності: Навчальне видання. – Львів: Каменяр, 2001. – 31 с.
16. Кірносова М.В., Білаш М.М. Дослідження тенденцій розвитку маркетингових комунікацій на ринку нерухомості
17. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник / Ред. Л.В. Балабанова. — 3+ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2004. — 360 с.
18. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник. — 2+ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання+Прес, 2004. — 645 с.
19. Дойль П. Маркетинг+менеджмент и стратегии. — 3+е изд. / П. Дойль; Пер. с англ. Ю.Н. Кантуревс+кого. — СПб.: Питер, 2003. — 544 с
20. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. — Испр. изд. — М.: Вильямс, 2005. — 608 с.
21. Уолкер О. мл. Маркетинговая стратегия. Курс MBA / Ред. О. Уолкер мл.: Пер. с англ. И. Ключева. — М.: Вершина, 2006. — 496 с.
22. Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів: Монографія. — К.: КНЕУ, 2005. — 226 с.
23. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник. — 2+ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання+Прес, 2004. — 645 с.
24. Бойетт Дж. Гуру маркетинга. Каким быть маркетингу в третьем тысячелетии. — М.: Изд-во "Эксмо", 2004. — 320 с.
24. Baker M.J. Dictionary of Advertising and Marketing — Second edition / M.J. Baker. — N.Y.: Nicols Publishing, 1990. — 271 p.
25. Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998. — 151 с.
26. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. — К.: КНЕУ, 1998. — 268 с

19) Додаткова література:

ЗАКОНОДАВЧІ І НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АКТИ

1. Конституція України: [Текст]: офіц. текст: [прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. із змінами, внесеними Законом України від 8 грудня 2004 р.: станом на 1 січ. 2006 р.]. – К.: Мін-во Юстиції України, 2006. – 124 с. – ISBN 966-7630-14-5.
2. Закон України «Про власність» №885-ХІІ від 26.03.1991 р. 5. Закон України «Про оцінку земель» №1378-IV від 11.12.2003 р.
6. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12.07.2001 року № 2658-14.
7. Земельний кодекс України від 25.10.2001 №2768-III
8. Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 року №1440.
9. Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна» від 28 жовтня 2004 року №1442. 26.
10. Національний стандарт № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів» від 29 листопада 2006 року №1655. 27.
11. Національний стандарт № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» від 3 жовтня 2007 року № 1185.

ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ

1. <http://www.zakon.rada.gov.ua> (Верховна Рада України)
2. <http://www.ukrstat.gov.ua> (Держомстат України)
3. <http://www.business.ua> (газета «Бізнес»)
8. <http://www.library.knuba.edu.ua> (Бібліотека КНУБА)

20) Робоче навантаження студента, необхідне для досягнення результатів навчання

№	Форма занять	Кількість годин аудиторні/ СРС
1.	Лекція	20\6
2.	Практичне заняття	20\18
3.	Лабораторні заняття	-
4.	КП/КР/РГР/ Контр.роб.	Рефрат 4 , Контрольна робота 3
5.	Форма контролю	Залік 4
	Всього годин	90

076	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Сторінка 1 з 3
-----	--	----------------

22) Сума всіх годин:	
23) Загальна кількість кредитів ECTS	3.0\3.0
24) Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:	40\24
25) Кількість необхідних годин (кредитів ECTS) СРС для забезпечення аудиторного навантаження:	0.8\0.36
26) Кількість годин (кредитів ECTS) СРС , забезпечених навчальним планом:	90\90
27) Примітки:	

.....
(дата і підпис розробника)

доцент, к.т.н. Огороднік І.В.
(розробник)