

075	Маркетинг	Сторінка 1 з 3
-----	-----------	----------------

Київський національний університет
будівництва і архітектури
кафедра Товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

Затверджую» _____
Завідувач кафедри _____ /Петро ЗАХАРЧЕНКО/

« 28 » червня 2023 р.

Розробник силабуса _____ /Грина ОГОРОДНІК/



СИЛАБУС

МАРКЕТИНГ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

(назва освітньої компоненти (дисципліни))

1) Шифр за освітньою програмою	ВК
2) Навчальний рік:	2023/2024
3) Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
4) Форма навчання:	денна\заочна
5) Галузь знань:	07 «Управління та адміністрування»
6) Спеціальність, освітня програма:	075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг»
7) Статус освітньої компоненти:	вибіркова
8) Семестр:	6
9) Контактні дані викладача:	доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, канд. техн. наук, Огороднік Ірини Владиславівни, ogorodik.iv@knuba.edu.ua +38(050)3315912, https://www.knuba.edu.ua/ogorodnik-irina-vladislavivna/
10) Мова навчання:	українська
11) Пререквізити:	Основи економічної теорії, Основи підприємництва, Маркетинг, Регіональна економіка
12) Мета курсу:	є вивчення маркетингової діяльності на вітчизняному та світовому ринках нерухомості; засвоєння інструментарію та засобів діагностування ринку нерухомості і його окремих сегментів.
13) Результати навчання:	

	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності
1.	ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	лекції, практичні заняття	ІК ЗК 3, ЗК 7, ЗК 8 ФК 2, ФК 3
2.	ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	лекції практичні заняття	ІК ЗК 7, ЗК 8 ФК 3, ФК 4, ФК 6
3.	ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	лекції практичні заняття	ІК ЗК 3, ЗК 7, ЗК 8 ФК 7, ФК 11 ФК 13

4.	ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	лекції практичні заняття	ІК ЗК 4, ЗК 9, ЗК 11 ФК 9, ФК 10 ФК 13
----	---	--	--------------------------	--

14) Структура курсу

Лекції, год	Практичні заняття, год	Лабораторні заняття, год	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні роботи студента	Форма підсумкового контролю
16\6	14\8	-	1	60\76	залік
Сума годин				90	
Загальна кількість кредитів ECTS				3,0	
Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження				30 (1,0)	

15. 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. 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 7

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 8

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

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 формуванні 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.

16) Основна література:

1. Конституція України. – К.: Українська правнича фундація, 1996.
2. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. - 2003.-№18-22.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.03 р. № 435-IV (набув чинності з 01.01.04 р.).
4. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12.07.2001 №2658-III (з подальшими змінами і доповненнями).
5. Закон України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень» від 01.07.2004 № 1952 – IV (з подальшими змінами і доповненнями).
7. Закон України «Про оцінку земель» від 11.12.2003 № 1378 –IV (з подальшими змінами і доповненнями).
8. Методика оцінки майна, затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 10.12.2003 № 1891.
9. Міжнародні стандарти оцінки МСО 1-4, Міжнародний комітет по Стандартам оцінки майна, 1994-1999 рр.
10. Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 10.09.2003 - № 1440.
11. Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна», затв. Постановою Кабінету Міністрів від 28.10.2004 - № 1442.
12. Zakharchenko P., 2018. A directory of the market for materials for interior decoration and furnishings (according to 2017). KNUBA. - K.: SPD Pavlenko, 2018. - 252 pp..
13. Драпиковський О.І. Крумеліс Ю. В. Оцінка нерухомості/О.І. Драпиковський, І.Б. Іванова, Ю.В. Крумеліс. К.: [Тов. СІК ГРУП Україна], 2015. – 424 с.
14. Калінеску Т.В. Оцінювання майна [Текст]: навчальний посібник / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовський, О.Д. Кирилов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 312 с.
15. Оцінка земель: підручник / М.Г. Ступень, О.Я. Микула, С.С. Радомський та ін.; за заг. ред. М.Г. Ступеня. – К.: Агро-освіта, 2014. – 373 с.
16. Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 27 жовтня 2022 року) : тези доповідей / відп. ред. П. В. Захарченко. Київ, 2022. 478 с.
17. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
18. Андреева В.А. Релевантна оцінка нерухомого майна в протидії економічній невизначеності / В.А. Андреева // Економіка невизначеності: зміст, оцінювання, регулювання: колективна монографія / за ред. І.Ф. Радіонової. - К.: Університет "КРОК", 2021. - С. 206-221.

Інформаційні ресурси

Верховної Ради України – www.zakon.rada.gov.ua

Аналітико-консалтинговий центр «Епрайзер» - www.appraiser.com.ua

Українське товариство фінансових аналітиків – www.usfa.kiev.ua

Газета «Дзеркало тижня» – www.zerkaIo-nedeli.com

Газета «Бізнес» – www.business.kiev.ua

Офіційний сайт КНУБА - library.knuba.edu.ua

17) Додаткова література:**Інформаційні ресурси**

Верховної Ради України – www.zakon.rada.gov.ua
 Аналітико-консалтинговий центр «Епрайзер» - www.appraiser.com.ua
 Українське товариство фінансових аналітиків – www.usfa.kiev.ua
 Газета «Дзеркало тижня» – www.zerkaIo-nedeli.com
 Газета «Бізнес» – www.business.kiev.ua
 Офіційний сайт КНУБА - library.knuba.edu.ua

18) Система оцінювання навчальних досягнень (розподіл балів):

Модуль 1	Модуль 2	Індивідуальне завдання (реферат)	Підсумковий контроль	Разом
30	30	20	20	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	задовільно	
64-73	D		
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

19) Умови допуску до підсумкового контролю:

Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем.

Здобувач, який не виконав вимог робочої програми по змістових модулях, не допускається до складання підсумкового контролю. В цьому разі він повинен виконати визначене викладачем додаткове завдання по змісту відповідних змістових модулів в період між основною та додатковою сесіями.

Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами КНУБА, які розміщені на сайті КНУБА та зміст яких доводиться Здобувачам до початку вивчення дисципліни.

20) Політика щодо академічної доброчесності:

Тексти індивідуальних завдань (в т.ч. у разі, коли вони виконуються у формі презентацій або в інших формах) можуть перевірятись на плагіат. Для цілей захисту індивідуального завдання оригінальність тексту має складати не менше 70%. Виключення становлять випадки зарахування публікацій Здобувачів у матеріалах наукових конференціях та інших наукових збірниках, які вже пройшли перевірку на плагіат.

Списування під час тестування та інших опитувань, які проводяться у письмовій формі, заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). У разі виявлення фактів списування з боку здобувача він отримує інше завдання. У разі повторного виявлення призначається додаткове заняття для проходження тестування.

21) Посилання на сторінку електронного навчально-методичного комплексу дисципліни:

<http://org2.knuba.edu.ua>