



**Силабус навчальної дисципліни
МАРКЕТИНГ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ**

підготовки магістра

(назва освітнього ступеня)

192 «Будівництво та цивільна інженерія»,

075 «Маркетинг»

(назва спеціальності)

Міждисциплінарної освітньо-наукової програми

«Девелопмент нерухомості»

СВО ПДАБА 192-075-ДН-2022

(назва освітньої програми)

Статус дисципліни	Нормативна
Мова навчання	Українська
Факультет/Інститут*	Економічний
Кафедра	Девелопменту нерухомості, фінансів, обліку та маркетингу
Контакти кафедри	В-404, (056) 756-33-23, denom@pdaba.edu.ua
Викладачі-розробники	Морозова Євгенія Петрівна, к.е.н., доцент
Контакти викладачів	morozova.yevheniia@pdaba.edu.ua
Розклад занять	https://pgasa.dp.ua/timetable/WSIGMA/EK/ROZKLADP.HTML
Консультації	https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2024/02/Grafik-konsultatsij-vykladachiv-DeNFOM-2sem-23-24.pdf

Анотація навчальної дисципліни

У курсі «Маркетинг ринку нерухомості» розглянуто сутність, основні ознаки та характерні риси маркетингу на ринку нерухомості, крізь призму його основних інструментів. Особливу увагу присвячено розгляду сутності та сучасним складовим девелопменту нерухомості – підприємницькій діяльності, пов'язаній з реконструкцією або зміною будівель чи земельних ділянок, котрі поряд зі застосуванням маркетингових засобів ведуть до збільшення їхньої вартості. Характеристики ринку нерухомості розглянуто з перспективи майбутніх змін в Україні. Значну увагу зосереджено просування об'єктів нерухомості та комунікаційним інструментам. Окремо розглянуто нормативно-правове регулювання ринку нерухомості та його характерні особливості в Україні.

	Години	Кредити	Семестр
			ІІІ
Всього годин за навчальним планом, з них:	120	4	120
лекції	30		30
лабораторні роботи			
практичні заняття	16		16
Самостійна робота, у т.ч:	74		74
підготовка до аудиторних занять	10		10
підготовка до контрольних заходів	10		10
виконання курсового проєкту або роботи	15		15
виконання індивідуальних завдань			
опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях	9		9
підготовка до екзамену	30		30
Форма підсумкового контролю			екзамен

Мета вивчення дисципліни – викладання навчальної дисципліни «Маркетинг ринку нерухомості» є набуття теоретичних знань та практичних навичок маркетингової діяльності на ринку нерухомості; освоєння ключових засад аналізу маркетингового середовища на ринку нерухомості в Україні та світі; озброєння студентів знаннями з питань вибудовування відповідних стратегій задоволення потреб різних сегментів споживачів на ринку нерухомості; вивчення відповідного маркетингового інструментарію ринку.

Завдання вивчення дисципліни:

- формування економічного мислення у сфері нерухомості, що базується на принципах сучасних концепцій маркетинг-менеджменту;
- з'ясування економічного змісту та сутності нерухомості, як специфічного товару;
- ознайомлення студентів з відповідними категоріями притаманними ринку

нерухомості;

- освоєння студентами прийомів реального маркетингового аналізу на ринку нерухомості;

- засвоєння інструментарію розробки комплексу маркетингу для підприємств на ринку нерухомості та формування навичок впровадження їх в реальному секторі національної економіки;

- ознайомлення з основними навичками розроблення маркетингової стратегії на ринку нерухомості;

- формування розуміння основних тенденцій та перспектив маркетингової діяльності на ринку;

- створення бажання творчого пошуку на шляху збільшення ефективності на ринку нерухомості в сучасних ринкових умовах.

Пререквізити дисципліни. Вивчення дисципліни базується на знаннях, вміннях і навичках, які студенти отримали при вивченні аналітичних та маркетингових дисциплін бакалаврського рівня.

Постреквізити дисципліни. Одержані знання та навички можуть знадобитися при проходженні науково-дослідної практики та підготовці кваліфікаційної роботи та в подальшій професійній діяльності для правильного розуміння стратегій та цілей компаній.

Компетентності (відповідно до міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Девелопмент нерухомості» СВО ПДАБА 192-075-ДН-2022):

Інтегральна компетентність.

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі дослідницького та/або інноваційного характеру і практичні завдання у професійній діяльності в сфері девелопменту нерухомості, з поглибленим вивчення проблем, пов'язаних із організацією і управлінням проєктуванням, будівництвом та експлуатацією об'єктів нерухомості, які ґрунтуються на концепції маркетингу, що передбачає проведення досліджень та впровадження новацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

Спеціальні компетентності:

СК2. Здатність до проведення самостійних досліджень, інтерпретації їх результатів у сфері будівництва та маркетингу, а також презентування та оприлюднення отриманих результатів, як державною, так і іноземною мовами.

СК3. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК4. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК5. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК-13. Уміння досліджувати економічні та маркетингові проблеми в галузі девелопменту, у тому числі при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій.

Заплановані результати навчання (відповідно до міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Девелопмент нерухомості» СВО ПДАБА 192-075-ДН-2022).

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні

вміти:

P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці девелопменту і маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач суб'єкта господарювання.

P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Р6. Вміти використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Р7. Вміти здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

Р8. Вміти керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

Р10. Вміти збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

РН-13. Володіти методами реалізації девелоперського проекту в частині з фінансового забезпечення, оцінки умов ринку нерухомості, маркетингу та менеджменту управління об'єктом нерухомості у тому числі при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій.

1. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин, у тому числі				
	усього	л	п	лаб	с/р
Змістовий модуль 1. Маркетинг у нерухомості.					
Маркетинг. Основні поняття. Маркетинг у нерухомості. Основні положення	4	2			2
Сутність та класифікація нерухомості	6	2	2		2
Ринок нерухомості та його особливості	6	2	2		2
Суб'єктна структура ринку нерухомості та ріелторська діяльність	10	4	2		4
Кон'юнктура ринку нерухомості, методи її прогнозування	10	4	2		4
Разом за змістовим модулем	36	14	8		14
Змістовий модуль 2. Операції та угоди з нерухомістю.					
Правовий супровід	4	2			2
Оцінка вартості нерухомості. Методи визначення та математично-статистичного аналізу оцінок	8	4	2		2
Державне регулювання будівництва та сприяння його розвитку	10	4	2		4
Операції та угоди з нерухомістю.	10	4	2		4
Система управління маркетинговими комунікаціями на ринку неру	7	2	2		3
Разом за змістовим модулем	39	16	8		15
Змістовий модуль 3. Курсова робота					
Аналіз стану ринку нерухомості	5				5
Аналіз макроекономічних показників ринку нерухомості	5				5
Сучасні тенденції розвитку ринку нерухомості в Україні	5				5
Разом за змістовим модулем 3	15				15
Підготовка до екзамену	30				29
Усього годин	120	30	16		120

2. САМОСТІЙНА РОБОТА

ОПРАЦЮВАННЯ РОЗДІЛІВ ПРОГРАМИ, ЯКІ НЕ ВИКЛАДАЮТЬСЯ НА ЛЕКЦІЯХ:

Суб'єктна структура ринку нерухомості та ріелторська діяльність.	п.5 № 2,5,6,7,8 (основна) п.6 № 6
--	--------------------------------------

Інформаційні системи маркетингу ринку нерухомості.	п.5 № 2,5,6,8 (основна) № 1,3 (допоміжна)
Паблік рилейшнз у маркетинговій політиці комунікацій на ринку нерухомості	п.5 № 2,4,8,9 (основна) № 2,4 (допоміжна) п.6 № 4
Захисні маркетингові рішення у цінових війнах на ринку нерухомості	п.5 № 1,2,3 (допоміжна)
Вплив та використання інструментів маркетингу для створення самокеруючого житлового фонду	п.5 № 2,4,8 (основна) № 1,2 (допоміжна) п.6 № 4,6

ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

У роботі проводиться дослідження обраного студентом ринку (галузі) товарів, робіт або послуг на рівні підприємства, регіону, країни, або світу з використанням інструментарію стратегічного аналізу, та інтерпретація отриманих результатів. Студенту необхідно показати вміння збору, обробки і аналізу інформації з обраної теми. Аналіз отриманих даних повинен містити виявлення причинно-наслідкових зв'язків, залежностей, встановлення проблем і т.д. Структура роботи підпорядковується плану дослідження конкретного ринку и може включати:

1. Характеристика ринку нерухомості національного тренду.
2. Аналіз макроекономічних показників ринку нерухомості в Україні.
3. Аналіз цінової ситуації на ринку.
4. Збір та обробка інформації про конкурентів.
5. Сучасні тенденції розвитку ринку нерухомості в Україні.
6. Прогнозування щодо перспектив та загроз ринку нерухомості та шляхи їх усунення, а допомогою маркетингових інструментів.

3. ПОРЯДОК ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

- з окремих змістових модулів

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється на основі результатів поточного контролю (оцінюється робота на практичних заняттях, виконання індивідуальних завдань, виконання контрольної роботи поточного контролю). ПК1 проводиться на восьмому тижні та ПК2 проводиться на п'ятнадцятому тижні.

Змістовий модуль 1. Основи маркетингу нерухомості.

Максимальна оцінка - 100 балів. Оцінка поточного контролю складається із:

- присутності студента на лекціях – максимальна кількість – 14 балів;
- контролю роботи на практичних заняттях – максимальна кількість – 56 балів;
- контрольної роботи № 1 – максимальна кількість – 30 балів.

Присутність студента на лекціях – 2 бали за лекцію, якщо студент не був присутнім – 0 балів.

Контроль роботи на практичних заняттях. Якщо завдання виконано в повному обсязі і студент в змозі пояснити проведені операції, він отримує 8 балів на кожному практичному занятті. Якщо завдання виконано в повному обсязі, але студент не в змозі пояснити проведені операції, він отримує 4-7 балів. Якщо студент не виконав всі завдання, але в змозі пояснити проведені операції, він отримує 1-3 бали.

Шкала оцінювання контрольної роботи № 1

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (15 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 30)

Змістовий модуль 2. Операції та угоди з нерухомістю.

Максимальна оцінка - 100 балів. Оцінка поточного контролю складається із:

- присутності студента на лекціях – максимальна кількість – 16 балів;
- контролю работ на практичних заняттях – максимальна кількість – 64 балів;
- контрольної роботи №2 – максимальна кількість – 20 балів.

Присутність студента на лекціях – 2 бали за лекцію, якщо студент не був присутнім – 0 балів.

Контроль роботи на практичних заняттях. Якщо завдання виконано в повному обсязі і студент в змозі пояснити проведені операції, він отримує 8 балів на кожному практичному занятті. Якщо завдання виконано в повному обсязі, але студент не в змозі пояснити проведені операції, він отримує 4-7 балів. Якщо студент не виконав всі завдання, але в змозі пояснити проведені операції, він отримує 1-3 бали.

Шкала оцінювання контрольної роботи № 2

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (10 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 20)

Критерії оцінювання екзамену

Екзамен проводиться у формі тестування. Максимальна оцінка 100 балів.

Шкала оцінювання екзаменаційної роботи

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (50 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 100)

Підсумкова оцінка з дисципліни визначається як середньоарифметична за змістовий модуль 1, змістовий модуль 2 та екзамен.

Критерії оцінювання курсової роботи

Загальна оцінка роботи (100 балів) складається із:

- оцінки за виконання роботи (максимальна кількість - 60 балів);
- оцінка захисту роботи (максимальна оцінка - 40 балів).

Оцінка за виконання роботи:

а) 58-60 балів ставиться, якщо студент:

- показав глибокі теоретичні знання з дисципліни;
- оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, творчо осмислювати, формулювати висновки;
- безпомилково виконав практичні завдання і повністю виклав хід їх рішення;
- дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження;
- виконав роботу грамотно літературною українською мовою;
- оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін.

б) 48-57 балів ставиться, якщо студент:

- показав досить високі теоретичні знання з дисципліни;
- оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, але не завжди критично ставиться до використаних джерел та літератури;

- виконав практичні завдання з несуттєвими помилками (до 2 шт.) або неповністю виклав хід рішення;
 - дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження, однак відчуває труднощі щодо їх обґрунтування;
 - виконав роботу грамотно літературною українською мовою, але допустив нечисленні граматичні та стилістичні помилки;
 - оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін.
- в) 38-47 балів ставиться, якщо студент:
- повністю виклав теоретичний матеріал, є в наявності доречні інформаційні матеріали (таблиці, графіки, схеми) при висвітленні основного змісту роботи;
 - в основному оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, однак мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
 - виконав практичні завдання з несуттєвими помилками (до 4 шт.) і (або) неповністю виклав хід рішення;
 - дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження без обґрунтування;
 - оформив роботу у відповідності до вимог, але були затримки у календарному графіку виконання роботи.
- г) 28-37 балів ставиться в тому разі, якщо студент:
- показав достатні теоретичні знання з дисципліни;
 - в основному оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, однак допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу, мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
 - виконав практичні завдання з помилками або неповністю виклав хід їх рішення;
 - не може сформулювати достатньо пропозицій і рекомендації з теми дослідження;
 - допускає помилки в оформленні роботи або не дотримується календарного графіку виконання роботи;
 - допускає граматичні та стилістичні помилки.
- д) 18-27 балів ставиться в тому разі,
- показав задовільні теоретичні знання з дисципліни;
 - слабо володіє первинними навиками дослідної роботи, допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу;
 - виконав практичні завдання з грубими помилками або неповністю виклав хід їх рішення;
 - не може сформулювати пропозиції і рекомендації з теми дослідження та обґрунтувати їх;
 - допускає помилки в оформленні роботи та не дотримується календарного графіку виконання роботи;
 - допускає численні граматичні та стилістичні помилки.
- е) 8-17 балів ставиться в тому разі, якщо студент:
- показав недостатні теоретичні знання з дисципліни;
 - не володіє первинними навиками дослідної роботи, допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу, мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
 - виконав практичні завдання з грубими помилками і неповністю виклав хід їх рішення;
 - не може сформулювати пропозиції і рекомендації з теми дослідження, або обґрунтувати їх;
 - допускає помилки в оформленні роботи та її науково-довідкового апарату;

– допускає численні граматичні та стилістичні помилки.

ж) 0-7 балів ставиться в тому разі, якщо унікальність роботи складає менше, ніж 40%.

Максимальна кількість балів за захист курсової роботи - 40 балів. Захист курсової роботи відбувається в усній формі. Максимальна кількість балів за кожне запитання при захисті - 8 балів (п'ять запитань). На кожне запитання членів комісії із зазначеної максимальної кількості балів нараховують:

8 балів - студент впевнено володіє вивченим матеріалом, правильно розкрив суть запитання членів комісії;

5-7 бали - студент правильно розкрив суть запитання членів комісії, але його пояснення не були переконливими та вичерпними;

1-4 бали - відповіді не повністю розкривають суть запитання, студент припускається грубих помилок;

0 - балів - повна відсутність відповіді на запитання.

4. ПОЛІТИКА КУРСУ

При вивченні дисципліни «Маркетинг ринку нерухомості» студент повинен дотримуватися необхідних засад академічної доброчесності, своєчасно та у повному обсязі виконувати встановлені навчальні завдання, проявляти критичне мислення, творчий підхід та прагнення до самостійного наукового пошуку, схвалюється здатність вести обґрунтовану дискусію.

Порядок зарахування пропущених занять.

Студент може відпрацювати викладачеві (за графіком його консультацій) пропущені лекційні та практичні заняття незалежно від причин пропусків.

Зарахування пропущених лекційних занять відбувається в процесі опитування студента за відповідною темою у вільній формі. Відпрацювання зараховується, якщо студент відповів не менш, ніж на 70% питань. Кожна відповідь має бути або правильною, або з допущенням до 3 неістотних помилок, або 1 грубої помилки, або ж безпомилкова відповідь може містити лише 60% програмного матеріалу.

Зарахування пропущених практичних занять відбувається після самостійного опрацювання завдань, що були вирішені на занятті, та виконання відповідного домашнього завдання. Відпрацювання зараховується, якщо студент в змозі усно пояснити не менш 70 % завдань.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна», затв. Постановою Кабінету Міністрів від 28.10.2004 - № 1442.
2. Кобзан С.М. Формування ринку нерухомості: практичні аспекти та особливості оцінки: монографія. Київ: Юрінком Інтер, 2019. – 212 с. Zakharchenko P., 2018. A directory of the market for materials for interior decoration and furnishings (according to 2017). KNUBA. - К.: SPD Pavlenko, 2018. - 252 pp..
3. Драпіковський О.І. Крумеліс Ю. В. Оцінка нерухомості/О.І. Драпіковський, І.Б. Іванова, Ю.В. Крумеліс. К.: [Тов. СІК ГРУП Україна], 2015. – 424 с.
4. Калінеску Т.В. Оцінювання майна [Текст]: навчальний посібник / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовський, О.Д. Кирилов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 312 с.
5. Оцінка земель: підручник / М.Г. Ступень, О.Я. Микула, С.С. Радомський та ін.; за заг. ред. М.Г. Ступеня. – К.: Агроосвіта, 2014. – 373 с.
6. 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.

7. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
8. 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

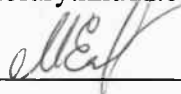
Допоміжна

1. Петрищенко Н.А. Дослідження ринку нерухомості в Україні / Н.А. Петрищенко, В.С. Андріянов, Г.Р. Рижова // Економіка та управління національним господарством. 2018. № 25. С. 135–139
2. Тер-Карпетянц Ю. М., Афанасьєва О. М. Дослідження українського ринку офісної нерухомості в ІТ-сегменті як складової маркетингу послуг. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. 2018. № 2 (121). С. 91-101.
3. Яковенко В.Б. Менеджмент і маркетинг: навчальний посібник. Київ: Вид-во Європейського ун-ту, 2006. 144с.
4. Oksana Penkova, Oleksandr Zakharchuk, Ivan Blahun, Alina Berher, Veronika Nechytailo, and Andrii Kharenko. Price Monitoring Automation with Marketing Forecasting Methods // IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.22 No.9, September 2022. pp 471- 480.

6. ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Верховна Рада України: офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
2. <http://www.nbuv.gov.ua/> – Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського.
3. <http://www.uam.kneu.kiev.ua/ukr/index.php> - Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні», «Маркетинг-газета»
4. <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> - журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій»
5. <http://www.adcoalition.org.ua/> - Всеукраїнська рекламна коаліція
6. Шумейко В. Організаційні структури управління маркетингом на виробничих підприємствах. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/197229549.pdf>
7. Українське товариство фінансових аналітиків – www.usfa.kiev.ua
8. Газета «Бізнес» – www.business.kiev.ua
9. Офіційний сайт КНУБА - library.knuba.edu.ua

Розробник



(Є. П. Морозова)

Гарант освітньої програми


_____ (підпис)

(Є. П. Морозова)

Силабус затверджено на засіданні кафедри девелопменту нерухомості, фінансів, обліку та маркетингу

Протокол від 03.07.2023 року №15

В.о.зав. кафедри


_____ (підпис)

(Є. П. Морозова)