



Львівський національний  
університет  
природокористування

Факультет управління,  
економіки та права

Кафедра міжнародних  
економічних відносин та  
маркетингу

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Маркетинг нерухомості»

Рівень вищої освіти – *Перший (бакалаврський) рівень*

Галузь знань – *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма – *«Маркетинг»*

Кількість кредитів – 3

Компонент освітньо-професійної програми – *вибіркова*

Мова викладання – українська

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Лектор курсу</b>         | ТОМАШЕВСЬКИЙ Юрій Михайлович  |
| <b>Профайл лектора</b>      | <a href="https://www.lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=3094">https://www.lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=3094</a> |
| <b>Контактна інформація</b> | <a href="mailto:tomashum@gmail.com">tomashum@gmail.com</a><br>телефон: +380986020735  |

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Анотація до курсу</b> | Курс "Маркетинг нерухомості" спрямований на вивчення особливостей застосування маркетингових інструментів та стратегій на ринку нерухомості. Студенти отримають знання щодо специфіки ринку нерухомості, включаючи житлові, комерційні та інвестиційні об'єкти, а також навички аналізу, прогнозування попиту і пропозиції, та розробки ефективних маркетингових програм для просування об'єктів нерухомості.  |
| <b>Мета курсу</b>        | Метою курсу є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для управління маркетинговою діяльністю в сфері нерухомості, враховуючи особливості сегментації ринку, споживчої поведінки, розробки цінкових стратегій, та просування об'єктів нерухомості на ринку. Курс "Маркетинг нерухомості" допоможе студентам розвинути стратегічне бачення маркетингової діяльності у сфері нерухомості, навчить ефективно застосовувати інструменти маркетингу для залучення покупців та інвесторів, а також забезпечить їм необхідні навички для роботи в агентствах нерухомості, девелоперських компаніях та інших організаціях, що займаються нерухомістю. |
| <b>Завдання курсу</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ознайомлення студентів з основними характеристиками ринку нерухомості, його учасниками та регуляторними механізмами.</li><li>✓ Вивчення методів аналізу ринку нерухомості та проведення маркетингових досліджень для оцінки попиту та пропозиції.</li><li>✓ Оволодіння навичками сегментації ринку нерухомості та розробки цільових маркетингових стратегій для різних сегментів споживачів.</li><li>✓ Вивчення принципів ціноутворення та розробки цінкових стратегій на ринку нерухомості.</li></ul>   |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
|                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Формування навичок просування об'єктів нерухомості за допомогою традиційних та цифрових маркетингових каналів, зокрема реклами, PR, інтернет-маркетингу та соціальних медіа.</li> <li>✓ Розуміння ролі брендингу та управління репутацією у сфері нерухомості.</li> </ul>   |
| <b>Пререквізити курсу</b>   | маркетинг, маркетингові комунікації, бізнес-маркетинг, управління розподілом та продажами, маркетингова цінова та товарна політика, маркетингові дослідження та маркетинговий аудит.   |
| <b>Формат курсу</b>         | Проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання СРС, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема тематичні лекції, лекції- дискусії, проблемні лекції, лекції із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та ін. |
| <b>Підсумковий контроль</b> | Залік  |

## СТРУКТУРА КУРСУ

| Тема  | Зміст тем курсу   |
|---|---|
| <b>Тема 1.<br/>Маркетинг. Основні поняття. Маркетинг у нерухомості. Основні положення</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність та принципи маркетингу.</li> <li>2. Сутність маркетингових досліджень.</li> <li>3. Еволюція маркетингу. Маркетинг-мікс. Маркетинг 4Р-8Р.</li> <li>4. Маркетинг ХХІ сторіччя Онлайн комунікації</li> <li>5. Маркетинг на ринку нерухомості. Основні положення</li> </ol>  |
| <b>Тема 2.<br/>Сутність та класифікація нерухомості</b>                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознаки нерухомості <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Сутність нерухомості</li> <li>1.2. Родові та власні ознаки</li> <li>1.3. Характеристика життєвого циклу об'єктів нерухомості</li> </ol> </li> <li>2. Склад і характеристика об'єктів нерухомості <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Характеристика основних об'єктів нерухомості</li> <li>2.2. Підприємство як особливий об'єкт нерухомості</li> </ol> </li> <li>3. Класифікація об'єктів нерухомості <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Класифікація об'єктів нерухомості залежно від їх походження</li> <li>3.2. Класифікація земель за категоріями</li> <li>3.3. Класифікації житлових об'єктів нерухомості</li> <li>3.4. Характеристика комерційних об'єктів нерухомост</li> </ol> </li> </ol> |
| <b>Тема 3.<br/>Ринок нерухомості та його особливості</b>                                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ринок нерухомості та його особливості <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Сутність і значення ринку нерухомості</li> <li>1.2. Функції ринку нерухомості</li> <li>1.3. Особливості ринку нерухомості</li> </ol> </li> <li>2. Ринок нерухомості як інтегральна категорія ринку <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Структурна залежність ринку нерухомості від інвестиційного ринку.</li> <li>2.2. Нерухомість – товар особливого виду.</li> <li>2.3. Ринок нерухомості – один із різновидів ринку послуг.</li> </ol> </li> </ol>   |
| <b>Тема 4.<br/>Суб'єктна структура ринку нерухомості та ріелторська діяльність</b>        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Суб'єктна структура ринку нерухомості <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Характеристика секторів ринку нерухомості.</li> <li>1.2. Суб'єкти ринку нерухомості.</li> <li>1.3. Види ринків нерухомості.</li> </ol> </li> </ol>  |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>2. Ріелторська діяльність.</p> <p>2.1. Характеристика ріелтерської діяльності.</p> <p>2.2. Сертифікація ріелтерської діяльності.</p> <p>2.3. Технологія надання ріелторських послуг.</p> <p>2.4. Основні напрямки ріелторської діяльності.</p> <p>3. Право власності на нерухомість.</p> <p>3.1. Форми власності на нерухомість.</p> <p>3.2. Види обмежених речових прав на землю.</p> <p>3.3. Особливості купівлі-продажу окремих об'єктів нерухомості.</p> <p>4. Державна реєстрація об'єктів нерухомості.</p> <p>4.1. Об'єкти нерухомості що підлягають державній реєстрації.</p> <p>4.2. Юридичні ознаки об'єкта нерухомості.</p> <p>4.3. Порядок здійснення державної реєстрації нерухомості</p> |
| <b>Тема 5.<br/>Кон'юнктура ринку<br/>нерухомості, методи її<br/>прогнозування</b>   | <p>1. Механізм функціонування ринку нерухомості.</p> <p>2. Кон'юнктура ринку нерухомості, фактори, які її визначають</p> <p>3. Математико-статистичні методи прогнозування кон'юнктури ринку нерухомості</p>   |
| <b>Тема 6.<br/>Правовий супровід ринку<br/>нерухомості</b>  | <p>1. Склад кошторисної документації будівництва, принципи та порядок її розробки.</p> <p>2. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні».</p> <p>3. Питання оцінки майна у випадку його страхування</p>  |
| <b>Тема 7. Оцінка вартості<br/>нерухомості. Методи<br/>визначення та<br/>математично-<br/>статистичного аналізу<br/>оцінки.</b> | <p>1. Методи визначення вартості нерухомості. Дохідний, витратний та порівняльний підходи оцінки вартості об'єктів нерухомості.</p> <p>2. Оцінювання землі. Загальна характеристика методичних підходів визначення вартості земельних ділянок.</p> <p>3. Математичні та статистичні методи оцінювання нерухомості.</p>   |
| <b>Тема 8.<br/>Державне регулювання<br/>будівництва та сприяння<br/>його розвитку</b>   | <p>1. Державне регулювання будівництва</p> <p>2. Документальне забезпечення права власності на землю та нерухомість в Україні та світі.</p> <p>3. Оподаткування нерухомості нерухомість в Україні та світі</p> <p>4. Ліцензування будівельної діяльності в Україні.</p>  |
| <b>Тема 9.<br/>Операції та угоди з<br/>нерухомістю</b>  | <p>1. Угоди з нерухомістю: види, порядок укладання. Нотаріальне завірення угод з нерухомістю. Особливості здійснення комерційної діяльності із пам'ятками архітектури.</p> <p>2. Порядок переведення житлових приміщень в нежитлові.</p> <p>3. Оренда нерухомості: стан та перспективи розвитку в Україні та світі. Законодавче регулювання орендних відносин. Орендні угоди.</p> <p>4. Іпотечне кредитування: сутність, порядок здійснення, роль в функціонуванні вітчизняного ринку нерухомості. Стан та перспективи розвитку іпотечного кредитування в Україні та світі.</p>  |
| <b>Тема 10.<br/>Система управління<br/>маркетинговими<br/>комунікаціями на ринку<br/>нерухомості</b>                            | <p>1. Стратегії управління маркетинговими комунікаціями</p> <p>2. Комплексна система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості.</p>   |

## АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

**Політика щодо перескладання.** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

**Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин)

студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

**Політика щодо академічної доброчесності.** Студенти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності відповідно до Положення «Про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування» ([https://www.lnup.edu.ua/files/principle\\_NMVZYAVO/1.pol\\_pro\\_akad\\_dobr.pdf](https://www.lnup.edu.ua/files/principle_NMVZYAVO/1.pol_pro_akad_dobr.pdf)).

**Політика щодо використання електронних засобів.** На заняттях можна користуватися електронними засобами (ноутбук, планшет, телефон) виключно для діяльності, яка пов'язана з проблематикою курсу. Їхнє використання для інших цілей не допускається. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Для виконання тестів в системі Moodle (інших ресурсах) рекомендується використовувати ноутбуки, планшети та телефони.

**Методи контролю.** Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

## МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

1. Томашевський Ю.М. Маркетинг нерухомості: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2024. 62 с.

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. - 2003.- №18-22.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.03 р. № 435-IV (набув чинності з 01.01.04 р.).
3. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12.07.2001 №2658-III (з подальшими змінами і доповненнями).
4. Закон України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень» від 01.07.2004 № 1952 –IV (з подальшими змінами і доповненнями).
5. Закон України «Про оцінку земель» від 11.12.2003 № 1378 –IV (з подальшими змінами і доповненнями).
6. Методика оцінки майна, затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 10.12.2003 № 1891.
7. Міжнародні стандарти оцінки МСО 1-4, Міжнародний комітет по Стандартам оцінки майна, 1994-1999 рр.
8. Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 10.09.2003 - № 1440.

9. Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна», затв. Постановою Кабінету Міністрів від 28.10.2004 - № 1442.
10. 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..
11. 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.
12. Калінеску Т.В. Оцінювання майна [Текст]: навчальний посібник / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовський, О.Д. Кирилов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. 312 с.
13. 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.
14. 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.
15. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
16. 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
17. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживача. Навчальний посібник. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200 с.
18. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку : навчальний посібник / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. Суми : Університетська книга, 2003. 734 с.
19. Кузнєцова Л. В. Ціноутворення в банківській справі : підручник / Л. В. Кузнєцова, Л. В. Жердецька. Одеса : Атлант, 2008. 320 с.
20. Лютий І. О. Банківський маркетинг : підручник / І. О. Лютий, О. О. Солодка. К. : Центр учбової літератури, 2010. 776 с.
21. Маслак Н. Г. Ціноутворення на банківські продукти : монографія / Н. Г. Маслак, О. А. Криклій. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2010. 121 с.
22. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
23. Маркетинг у банку: навчальний посібник / за заг. ред. проф. Т. А. Васильєвої ; Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, І. О. Школьник та ін. ; Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2014. 353 с.
24. Маркетинг у банках: Навчальний посібник / Під ред. проф. Бритченко І.Г. - Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 345 с.
25. Маркетинг у банку : навч. посіб. / О. В. Дубовик, С. М. Бойко, М. А. Вознюк та ін. - 2-ге вид. К. : Алерта, 2007. 275 с.
26. Мойсеєнко І. П. Ринок фінансових послуг: Навч. посіб. К.: МАУП, 2006. 360 с.
27. Новикова І.В. Банківський маркетинг і його роль у розвитку ринкової економіки. К.: Видавництво УАЗТ, 1999. 63 с.
28. Новикова І.В. Маркетинг як засіб розвитку банківської системи в Україні: Рукопис дис... канд. екон. наук. К., 1999.

29. Пащук О. В. Маркетинг послуг: Стратегічний підхід : навчальний посібник / О. В. Пащук. К. : ВД "Професіонал", 2005. 560 с.
30. Петруня Ю.Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю.Є. Петруня, В.Ю. Петруня. – 3-є вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
31. Полторак В.А. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – 3-є вид., перероб. та доповн. Київ : «Центр учб. л-ри», 2014. 342 с.
32. Ринок фінансових послуг: Навч.посіб./Л. О. Омелянович, О. В. Ластовенко, О. В. Гладкова, М. Ю. Омелянович, М. В. Пирогова/ Мін-во освіти і науки України, Донец. Нац. Ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. фінансів.- Донецьк: [ ДонНУЕТ], 2011. 252 с.
33. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг : монографія / Л. Ф. Романенко. - К. : Ін Юра, 2008. - 484 с. 27. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг: теорія, методологія, організація: Рукопис дис... д-ра екон. наук. К., 2002. 100 с.
34. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг: Підручник / Л. В. Ткаченко. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 192 с.
35. Ткачук В. О. Маркетинг у банку : навч. посіб. / В. О. Ткачук. - Тернопіль : Синтез - Поліграф, 2006. 225 с.
36. Ткачук С. В. Маркетинг послуг [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. галузі знань 0305 "Економіка і підприємництво" напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної та заочної форм навч. / С. В. Ткачук. К.: НУХТ, 2015. 119 с.
37. Управління конкурентоспроможністю підприємства : підручник / Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко та ін. Харків : ІНЖЕК, 2010. 320 с.