

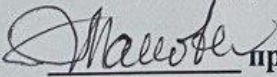
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри маркетингу

 проф. Євген МАЙОВЕЦЬ
«29» серпня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПП 2.1.2.06 МАРКЕТИНГ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

освітній рівень – перший (бакалаврський)

галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

спеціальність – 075 «Маркетинг»

освітня програма – «Маркетинг»

факультет – економічний

2022-2023 навчальний рік

Робоча програма вибіркової навчальної дисципліни «Маркетинг ринку нерухомості» для студентів за спеціальністю 075 – «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг».

Розробник: кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Кузик Олег Володимирович

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від “29” серпня 2022 року № 1

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	Вибіркова	
Модулів – 2	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		4-й	-
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 150		7-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 9	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	Лекції	
		32 год.	-
		Практичні, семінарські	
		32 год.	-
		Лабораторні	
		год.	-
		Самостійна робота	
		86 год.	-
		Індивідуальні завдання:	
-			
Вид контролю:			
залік	-		

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 74,4%

для заочної форми навчання – - %

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу «Маркетинг ринку нерухомості» – 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 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.

2.1. Компетентності курсу

В результаті вивчення дисципліни студент набуває загальні компетентності (ЗК):

ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
------------	---

В результаті вивчення дисципліни студент набуває спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

2.2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

1) **знати:**

- сутність і особливості нерухомості як товару;
- принципи та функції маркетингу на ринку нерухомості;
- специфіку власності на об'єкти нерухомості в Україні та світі;

- стан та перспективи розвитку окремих секторів ринку нерухомості, зокрема ринків землі, житлової та комерційної нерухомості;
- існуючу систему оподаткування нерухомості, принципи та роль оподаткування нерухомості майна (власності);
- ключові засоби та інструменти маркетингу, що застосовують на ринку нерухомості сьогодні;
- сутність девелопменту нерухомості, його роль та умови розвитку в Україні;
- особливості застосування маркетингових комунікацій на ринку нерухомості;
- методологічні основи, методи і прийоми оцінки нерухомості;
- нормативно-правову та законодавчу базу, що регулює ринок нерухомості в Україні.

2) **вміти:**

- проводити аналіз конкурентного середовища та ринкових позицій конкурентів;
- обирати та застосовувати на практиці найбільш доцільні методи дослідження ринку;
- розробляти стратегічні рішення щодо кожного з елементів комплексу маркетингу для нерухомості;
- обирати раціональні інструменти маркетингових комунікацій з метою просування різноманітних об'єктів нерухомості на ринку;
- оцінювати прибутковість (витрати) від операцій з нерухомістю та їх оптимізацію;
- підбирати оптимальні елементи маркетингу-мікс залежно від ситуації на ринку;
- розробляти стратегічні, тактичні й оперативні плани підприємств у сфері нерухомості;
- застосовувати отримані знання в практичній діяльності.

2.3. Програмні результати навчання

ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Загальні засади вивчення маркетингової діяльності на ринку нерухомості.

Тема 1. Суть та значення маркетингу на ринку нерухомості.

Суть і особливості маркетингу на ринку нерухомості. Предмет маркетингу на ринку нерухомості. Заходи, що сприяють просуванню нерухомості. Маркетингові інструменти, що використовуються у процесі створення проектів нерухомості.

Мета та завдання курсу «Маркетинг ринку нерухомості». Проблематика маркетингу на ринку нерухомості. Рівні дослідження маркетингу.

Поняття та значення девелопменту нерухомості. Стадії девелопменту нерухомості.

Сучасні особливості розвитку маркетингу ринку нерухомості. Інформація на ринку нерухомості.

Загальна характеристика ринку нерухомості в Україні.

Тема 2. Специфічні характеристики нерухомості як товару промислового ринку.

Суть та властивості нерухомості. Еволюція поняття «нерухоме майно». Властивості нерухомості. Підходи до визначення нерухомості.

Диференціатори на ринку нерухомості. Суттєві відмінності нерухомості від інших товарів. Ринкова вартість нерухомості. Різновиди вартості об'єкта нерухомості.

Стратегія просування нерухомості. Маркетингові дослідження місця або території розташування нерухомості. Диференціювання нерухомості. Стратегія множинної сегментації.

Тема 3. Характеристика і класифікація об'єктів нерухомості.

Система класифікацій об'єктів нерухомості. Складові нерухомості. Класифікація штучних об'єктів нерухомості. Метод «дерева ознак» у класифікації. Типи нерухомості в Україні.

Класифікація житлових об'єктів нерухомості. Критерії елітності житла.

Класифікація комерційних об'єктів нерухомості. Класифікації та характеристики об'єктів торгівлі. Готельні та розважальні об'єкти нерухомості. Офісна нерухомість.

Тема 4. Ринок нерухомості в системі ринків.

Механізми функціонування ринку нерухомості.

Сутність ринку нерухомості. Основні процеси функціонування ринку нерухомості. Складові ринку нерухомості. Національний ринок нерухомості.

Ринкова рівновага на ринку нерухомості. Попит і пропозиція на ринку нерухомості. Асиметричність інформації. Ліквідність різних видів нерухомості. Особливості пропозиції.

Особливості та характеристики ринку нерухомості.

Суб'єкти ринку нерухомості. Сектори ринку нерухомості. Інституційні та неінституційні учасники ринку. Первинний і вторинний ринки нерухомості.

Функції ринку нерухомості.

Становлення і розвиток ринку нерухомості в Україні.

Змістовий модуль 2. Аналіз маркетингових інструментів на ринку нерухомості.

Тема 5. Нормативно-правове регулювання ринку нерухомості.

Загальні основи правового регулювання маркетингової діяльності на ринку нерухомості. Законодавство у сфері нерухомості. Права та інтереси у сфері нерухомості. Принципи державної реєстрації нерухомості.

Житлове законодавство. Сутність та особливості в Україні. Право власності на ринку житлової нерухомості. Права та обов'язки власників житла. Порядок здійснення операцій з житлом.

Правове регулювання операцій з нежитловою нерухомістю. Управління комерційними об'єктами. Об'єкти та суб'єкти управління комерційною нерухомістю. Функції та цілі правового регулювання. Управління концепцією маркетингу на ринку нерухомості.

Тема 6. Комплексна система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості.

Система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості. Завдання комунікаційної політики підприємств на ринку нерухомості. Комплексна система управління маркетинговими комунікаціями.

Маркетинговий комунікаційний аудит на ринку нерухомості. Зовнішній комунікаційний аудит. Аудит внутрішньо-корпоративних комунікацій. Комунікаційний аудит об'єкта нерухомості. Завдання та цілі маркетингового комунікаційного аудиту. Концепція комунікативності.

Концепція просування об'єкта нерухомості. Суть, мета та складові концепції просування. Інструменти концепції просування. Принципи ефективності комунікаційної політики на ринку нерухомості.

Тема 7. Управління нерухомістю.

Суть управління об'єктами нерухомості. Складові управління нерухомістю. Завдання та напрями управління. Внутрішнє і зовнішнє управління нерухомістю.

Суб'єкти та об'єкти управління нерухомістю. Державне регулювання нерухомості. Суспільний вплив на нерухомість. Формування об'єкта нерухомості. Комплекс послуг з управління об'єктами нерухомості.

Довірче управління об'єктами нерухомості. Довіра в довірчому управлінні та її етапи. Довірчий керівник: його права та обов'язки.

Управління технічним станом об'єктів нерухомості. Мета та завдання управління технічним станом. Сутність і завдання технічного паспорту об'єкта.

Тема 8. Види підприємницької діяльності на ринку нерухомості.

Оренда як метод ефективного управління нерухомістю. Групи об'єктів оренди. Показники ефективності оренди.

Зміст та основні напрями ріелтерської діяльності. Основні напрями ріелтерської діяльності. Брокерська діяльність на ринку нерухомості. Діяльність ріелтерських організацій. Мультилісінгові системи. Чинники ринкової вартості житла. Мета та завдання Асоціації спеціалістів з нерухомості (ріелтерів) України.

Створення і розвиток об'єктів нерухомості. Економічний зміст девелопменту нерухомості. Управління інвестиціями на ринку нерухомості. Операції з розвитку проекту нерухомості. Сутність та роль редевелопменту.

Тема 9. Оцінка і страхування на ринку нерухомості.

Суть, особливості та напрями реалізації оціночної діяльності.

Інститут професійної оцінки об'єктів нерухомості в Україні. Саморегулюючі організації оцінювачів. Особливості проведення експертної оцінки в Україні. Суб'єкти та об'єкти оціночної діяльності. Особливості оцінки земельних ділянок. Права та обов'язки оцінювача.

Регулювання та система контролю оціночної діяльності. Рівні контролю. Принципи державного регулювання оціночної діяльності. Основні механізми регулювання оціночної діяльності. Єдина система стандартів оцінки.

Страхування об'єктів нерухомості. Страхова відповідальність страхувальника. Сучасні форми роботи страхових компаній з клієнтами.

Страхування професійної відповідальності суб'єктів ринку нерухомості. Різновиди страхування.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Загальні засади вивчення маркетингової діяльності на ринку нерухомості.												
Тема 1 Суть та значення маркетингу на ринку нерухомості.	17	4	4			9						
Тема 2. Специфічні характеристики нерухомості як товару промислового ринку.	15	3	3			9						
Тема 3. Характеристика і класифікація об'єктів нерухомості.	17	4	4			9						
Тема 4. Ринок нерухомості в системі ринків.	16	4	4			8						
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>65</i>	<i>15</i>	<i>15</i>			<i>35</i>						
Змістовий модуль 2. Аналіз маркетингових інструментів на ринку нерухомості.												
Тема 5. Нормативно-правове регулювання ринку нерухомості.	18	4	4			10						
Тема 6. Комплексна система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості.	16	3	3			10						
Тема 7. Управління нерухомістю.	16	3	3			10						
Тема 8. Види підприємницької діяльності на ринку нерухомості.	16	3	3			10						
Тема 9. Оцінка і страхування на ринку нерухомості.	18	4	4			10						
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	<i>84</i>	<i>17</i>	<i>17</i>			<i>50</i>						
Усього годин	150	32	32			86						

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Суть та значення маркетингу на ринку нерухомості	4
2	Специфічні характеристики нерухомості як товару промислового ринку	3
3	Характеристика і класифікація об'єктів нерухомості	4
4	Ринок нерухомості в системі ринків	4
5	Нормативно-правове регулювання ринку нерухомості	4
6	Комплексна система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості	3
7	Управління нерухомістю	3
8	Види підприємницької діяльності на ринку нерухомості	3
9	Оцінка і страхування на ринку нерухомості	4

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Суть та значення маркетингу на ринку нерухомості	4
2	Специфічні характеристики нерухомості як товару промислового ринку	3
3	Характеристика і класифікація об'єктів нерухомості	4
4	Ринок нерухомості в системі ринків	4
5	Нормативно-правове регулювання ринку нерухомості	4
6	Комплексна система управління маркетинговими комунікаціями на ринку нерухомості	3
7	Управління нерухомістю	3
8	Види підприємницької діяльності на ринку нерухомості	3
9	Оцінка і страхування на ринку нерухомості	4

7. Методи навчання

У процесі вивчення дисципліни «Маркетинг ринку нерухомості» передбачено використання таких методів навчання:

- метод передачі та сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (лекції, ілюстрації, презентації);
- метод практичного засвоєння курсу за допомогою складання тестових завдань, вирішення задач і ситуацій з метою набування умінь й практичних навичок (практичні заняття);
- метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних і практичних занять;

- метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у вигляді складання тестів, вирішення задач, написання наукового есе на підставі самостійно опрацьованої базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь і практичних навичок (самостійна робота);

- електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams, Zoom, Telegram, Moodle.

- методи усного та письмового контролю (практичні заняття і самостійна робота).

Під час навчання застосовуватимуться презентація, лекції, комплексні модулі та завдання, електронні матеріали з відповідного курсу, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки), дискусія, написання наукових праць та розробок.

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання досягнення результатів навчання
ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	Лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота, виконання ситуативних завдань, написання есе	Форми і методи поточного оцінювання: усне та письмове опитування, тестове опитування, оцінка самостійної роботи, оцінка індивідуальних завдань, підсумковий контроль: залік.
ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	Лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота, виконання ситуативних завдань, написання есе	Форми і методи поточного оцінювання: усне та письмове опитування, тестове опитування, оцінка самостійної роботи, оцінка індивідуальних завдань, підсумковий контроль: залік.
ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	Лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота, виконання ситуативних завдань, написання есе	Форми і методи поточного оцінювання: усне та письмове опитування, тестове опитування, оцінка самостійної роботи, оцінка індивідуальних завдань, підсумковий контроль: залік.

<p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота, виконання ситуативних завдань.</p>	<p>Форми і методи поточного оцінювання: усне та письмове опитування, тестове опитування, оцінка самостійної роботи, оцінка індивідуальних завдань, підсумковий контроль: залік.</p>
--	---	---

8. Методи контролю

Контроль за навчально-пізнавальною діяльністю студентів є важливим структурним компонентом навчально-виховного процесу. Підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за поточним та проміжним контролем знань протягом семестру.

З метою перевірки якості підготовки, знань, умінь студента з дисципліни використовуються такі засоби оцінювання:

- для поточного контролю – усне опитування, проведення тестування, розв'язання задач, розгляд практичних ситуацій;
- для проміжного контролю – проведення модульного контролю, що включають тестування, теоретичні питання, описові ситуації.
- для підсумкового контролю – складання семестрового заліку за результатами навчання впродовж семестру.

Об'єктами поточного контролю знань студентів є систематичність та активність роботи на практичних заняттях. При оцінці систематичності та активності роботи студента на практичних заняттях враховується:

- рівень знань, продемонстрований у відповідях на практичних заняттях;
- активність при обговоренні дискусійних питань;
- результати виконання практичних робіт, завдань поточного контролю тощо.

При оцінці виконання модульних (контрольних) завдань враховується загальний рівень теоретичних знань та практичні навички, набуті студентами під час опанування відповідного змістовного модуля.

Співвідношення за яким нараховуються бали:

- робота на практичних заняттях (поточний контроль) – 30 % оцінки; максимальна кількість балів – 30 балів;
- контрольні заміри (проміжний контроль) – 20 % загальної оцінки; максимальна кількість балів – 20 балів. Упродовж семестру студент пише 2 модулі (за один модуль студент може набрати максимально 10 балів).

Засоби діагностики успішності навчання впродовж семестру	Кількість балів
Поточне опитування на практичних заняттях	30
Тестування за змістовим модулем 1	10
Тестування за змістовим модулем 2	10

Засоби підсумкового контролю	Кількість балів
Письмовий екзамен	50

Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають індивідуальне письмове завдання.

Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

У кінцевому підсумку студент може набрати 100 балів.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента здійснюється за 100-бальною шкалою. Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів з даної дисципліни, яка завершується заліком, становить за поточну успішність 50 балів, на заліку – 50 балів.

При оформленні документів щодо залікової сесії використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами:

Поточне тестування та самостійна робота									Підсумковий тест (залік)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					Залік (50 балів)	100 (балів)
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9		
Модульна контрольна робота (10 балів)				Модульна контрольна робота (10 балів)						
Робота на практичних заняттях (30 балів)										

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
A	90 – 100	відмінно	зараховано
B	81-89	добре	
C	71-80		
D	61-70	задовільно	
E	51-60		
FX	21-50	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
F	0-20	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

* кількість балів для оцінок «незадовільно» (FX і F) визначається Вченими радами факультетів (педагогічними радами коледжів).

10.Рекомендована література Базова

1. Асаул А.Н. Экономика недвижимости: Учебник для вузов. 2-е изд. СПб.: СПбГАСУ; М.: Изд-во АСВ, 2004. 384 с.
2. Вергун А. М., Козінець А. І. Брендінг у системі маркетингу підприємств на ринку комерційної нерухомості. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні*: зб. ст. за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. (30 березня 2017 р., м. Київ). К.: КНУТД, 2017. С.102-108.
3. Гриценко Е.А. Рынок недвижимости: закономерности становления и функционирования (Вопросы методологии и теории). Х.: Бизнес Информ, 2002. 284 с.

4. Економіка нерухомості: Навчальний посібник За заг. ред. І.І. Пилипенка. К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. 350 с.
5. Асаул А.М., Брижань І.А., Чевганова В.Я. Економіка нерухомості: Підручник. К.: Лібра, 2004. 304 с.
6. Комплексний маркетинг для нерухомості [Електронний ресурс]. – URL: <https://development.marketing/>.
7. Лівшиц В.Я. Головні аспекти маркетингу на ринку комерційної нерухомості України [Електронний ресурс]. *Економічна наука*. 2009. – URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2009/19.pdf.
8. Максимов С.Н. Девелопмент (развитие недвижимости). СПб: Питер, 2003. 256 с.: ил.
9. Максимов С.Н. Управление девелопментом недвижимости. Учебник. М.: «Проспект», 2015. 329 с.
10. Недвижимость. Практическая энциклопедия / [А.В. Быстров и др.]; под ред. И.С. Радченко. М.: ГроссМедиа, 2005. 416 с.
11. Нова криза на ринку нерухомості. Коли очікувати і в що інвестувати? К.: ТОВ «Формула Істейт». URL: <http://formulaestate.com/wp-content/uploads/2018/05/propm-2-%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%8F.pdf>.
12. Оцінка та управління нерухомістю: навчальний посібник. [В. Р. Кучеренко, М. А. Заєць, О. В. Захарченко, Н. В. Сментина, В. О. Улибіна]. Одеса: Видавництво ТОВ «Лерадрук», 2013. 272 с.
13. Асаул А.М., Павлов В.І., Пилипенко І.І., Павліха Н.В., Кривов'язюк І.В. Ринок нерухомості: навч. посібн., вид. 2-ге. К.: Кондор, 2006. 336 с.
14. Асаул А.М., Павлов В.І., Пилипенко І.І., Павліха Н.В., Кривов'язюк І.В. Ринок нерухомості: навч. посібн., вид. 3-тє. К.: Кондор, 2010. 336 с.
15. Ринок нерухомості: Навчальний посібник. За заг. ред. І.І.Пилипенка. К.: ІВЦ Держкомстату України. 2004. 387 с.
16. Сидоров В.А. Девелоперские компетенции: маркетинг и продажи девелоперского проекта. Учебное пособие. М.: «Дело» РАНХиГС, 2017. 266 с.
17. Тер-Карапетянц 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.
18. Телєтов О.С., Граділь А.А., Рудь М.П. Інноваційна маркетингова діяльність у житловому будівництві. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С.33-46.
19. Юнацкевич П.И. Маркетинг недвижимости: Учеб. Пособие. СПб.: Изд. дом «Сентябрь», 2002.

Допоміжна

1. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2000. 752 с.

3. Кузик О.В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛНУ ім. І.Франка, 2018. 338 с.
4. Кузик О.В. Стратегічний маркетинг: теорія та методологія: навч. посіб. Львів: ЛНУ, 2015. 240 с.
5. Майовець Є. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 450 с.
6. Майовець Є.Й., Кузик О.В. Маркетингові комунікації. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 192с.

11. Інформаційні ресурси

1. Бібліотека імені В.Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.
2. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Інститут економіки і прогнозування НАН України. URL: <http://www.ief.org.ua>.
4. Маркетинг в Україні. URL: <https://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/>.
5. Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: <http://www.icps.kiev.ua>.
6. Сайти нерухомості, огляд топ 20. URL: <https://marketer.ua/ua/property-sites-top-20-review/>.
7. Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.kneu.kiev.ua/>.