

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 10 «Маркетинг нерухомості»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 7 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Рейкін Віталій Самсонович
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Вступ до фаху, маркетинг
Що буде вивчатися	У процесі вивчення освітнього компоненту «Маркетинг нерухомості» здобувачі освіти ознайомлюються з особливостями функціонування ринку нерухомості в Україні, специфікою ціноутворення, умовами іпотечного кредитування та основними методами оцінки майна.
Чому це цікаво/треба вивчати	Ринок нерухомості України постійно розвивається та має реальні стратегічні перспективи. З кожним роком кількість угод, укладених щодо нерухомості як житлового, так і комерційного призначення, постійно збільшується. Введено в дію ринок землі. Сучасний власник нерухомості розглядає її не тільки як засіб задоволення базової потреби, а й як об'єкт інвестування.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї,

	проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність впроваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.