

	Силабус навчальної дисципліни «Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі» (Aviation marketing in global market environment) Освітньо-наукова програма: «Маркетинг» Спеціальність: D5 «Маркетинг» Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента вибору фахового переліку
Курс	1 (перший)
Семестр	2 (другий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	5 кредитів / 150 год
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Особливості проведення маркетингових досліджень на глобальному ринку авіаційних перевезень, що охоплює специфіку та тенденції глобальний авіаринку, його інституціональне забезпечення, стратегії авіакомпаній, аеропортів, стратегічних альянсів, а також антикризове управління в постковідний період та період військових дій
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Знання та вміння застосування маркетингової концепції на авіаційному транспорті в контексті трансформацій глобального ринку авіаперевезень відкриває можливості отримання переваг як з точки зору споживача авіапослуг, так і формує конкурентоспроможні компетенції на ринку авіаційної робочої сили
Чому можна навчитися (результати навчання)	РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. РН03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані. РН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці. РН05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають науковунувизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших. РН06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотримання норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної

	проблеми. РН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях. РН10. Планувати і виконувати експериментальні та / або теоретичні дослідження з маркетингу сталого розвитку та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під час реалізації наукових проєктів. РН13. Ефективно застосовувати сучасні інформаційні технології, бази даних та інші електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та навчальній діяльності
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності Спеціальні (фахові) компетентності: СК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямів. СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень. СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. СК10. Здатність до системного наукового світогляду, загальнокультурного кругозору, застосування сучасних методологій та методів наукової діяльності за фахом. СК11. Здатність до поглиблення системних економікотейоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку. СК12. Здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо особливостей розвитку сучасних теорій і концепцій маркетингу, розширення та переоцінка існуючих знань і професійної практики, створення нових знань з використанням прогресивних методів наукового пошуку

Навчальна логістика	- Глобальний ринок авіаційних перевезень: особливості функціонування та тенденції розвитку; - Особливості проведення маркетингових досліджень на глобальному ринку авіаційних перевезень; - Інституціональне забезпечення маркетингової діяльності на глобальному ринку авіаперевезень; - Маркетингові стратегії авіакомпаній; - Маркетингова стратегія аеропорту; - Глобальні стратегічні авіаційні альянси; - Антикризове управління в постковідний період та період військових дій.
	Види занять: лекція, практичне. Форми навчання: очна, дистанційна. Методи навчання: загальнонаукові та спеціальні методи: 1) методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи навчання: лекція, бесіда, пояснення; 2) наочні методи навчання: ілюстрування, демонстрування; 3) практичні методи навчання: практична робота та дослідна робота; 4) методи стимулювання навчальної діяльності: методи навчальної дискусії, метод опори на життєвий досвід студентів; 5) метод контролю і самоконтролю у навчанні: метод усного, письмового, тестового контролів.
Пререквізити	Базові знання з дисциплін «Тendenції розвитку та сучасний Міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу», «Англійська мова наукового спрямування»
Інформаційне забезпечення	Навчальна та наукова література: 1. Balakista Reddy V., Anita Singh. Aviation Marketing. Centre for Aerospace & Defence Laws (CADL). Directorate of Distance Education, 2020. 247 p. 2. Ambrose S., Waguespack B. Fundamentals of Airline Marketing. New York: Routledge, 2021. 234 p. 3. Manual on the Regulation of International Air Transport. ICAO. Doc 9626. Third edition, 2018. 221 p. 4. Polous, O., Heiets, I., Mykhalchenko, I., & Krapko, O. Personnel Marketing in the System of Airline Anti-Crisis Management. Marketing and Management of Innovations, 4, 2022, 20-29. https://doi.org/10.21272/mmi.2022.4-03. 5. Полоус О.В., Михальченко І.Г. Конкурентні стратегії підприємств в кризовий період: маркетинговий аспект авіакомпаній. Review of transport economics and management. 2023. Випуск 9 (25). С. 50-56.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, Проектор
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Модульна контрольна робота, залік
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування

Викладач(і)	 Михальченко Інна Григорівна Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Вчене звання: доцент Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu Тел.: +380(44) 406-77-43 E-mail: inna.mykhalchenko@npp.kai.edu.ua Робоче місце: 2.203а
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс, викладання українською мовою. Дисципліна розроблена з урахуванням сучасних тенденцій в маркетингу
Лінк на дисципліну	Після формування групи слухачів створюється кабінет в Google Classroom з необхідними матеріалами для навчання
Максимальна кількість слухачів	50