



<p align="center">Силабус навчальної дисципліни</p> <p align="center">«АВІАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ» «AVIATION MARKETING IN THE GLOBAL MARKET ENVIRONMENT»</p> <p align="center">Освітньо-наукова програма: «Маркетинг» Спеціальність: D5 Маркетинг Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право</p>	
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	4 кредити / 120 год.
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	особливості функціонування та розвитку глобального ринку авіаційних перевезень, маркетингові дослідження авіаційних ринків, інституційні умови маркетингової діяльності, маркетингові стратегії авіакомпаній, аеропортів і стратегічних авіаційних альянсів, а також антикризові маркетингові рішення в умовах глобальних криз і воєнних конфліктів.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	оглиблення теоретичних і методологічних знань з авіаційного маркетингу та формування здатності досліджувати глобальний ринок авіаційних перевезень, критично оцінювати маркетингові стратегії його учасників і науково обґрунтовувати управлінські рішення в умовах конкуренції, невизначеності та кризових змін.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>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.</p> <p>РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми з маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>РН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами,</p>

	<p>оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</p> <p>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.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</p>	<p>Інтегральна компетентність:</p> <p>ІК. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.</p> <p>Загальні компетентності:</p> <p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>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.</p> <p>Спеціальні (фахові) компетентності:</p> <p>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 напрямках.</p> <p>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.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси, економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>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.</p> <p>СК11. Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку.</p> <p>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.</p>
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Глобальний ринок авіаційних перевезень: особливості функціонування та тенденції розвитку. Особливості</p>

	<p>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 та маркетингові стратегії авіаційних підприємств в умовах глобальних криз і воєнних конфліктів.</p> <p>Види занять: лекції, практичні.</p> <p>Методи навчання: метод проблемного викладу, семінар-дискусія та дебати; дослідницький метод, інтерактивні методи навчання.</p> <p>Форми навчання: денна / заочна.</p>	
Пререквізити (основні)	<p>Базується на знаннях, отриманих під час вивчення дисциплін: «Філософія науки», «Інформаційне забезпечення наукових досліджень», «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу».</p>	
Пореквізити (основні)	<p>Знання можуть бути використані під час здійснення практичної професійної діяльності, написання дисертаційної роботи.</p>	
Інформаційне забезпечення	<p>Навчальна та наукова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Halpern N., Graham A. Airport Marketing. 2nd ed. Routledge, 2022. 440 p. 2. Wensveen J. Air Transportation. A Global Management Perspective. 9th ed. Routledge, 2023. 762 p 3. Robert Horton. International airports as agents of resilience Journal of Contingencies and Crisis management. Volume 30, Issue 2, 2022, p 217-221, https://doi.org/10.1111/1468-5973.12401 4. Airport Economics Manual ICAO Doc 9562, Fourth edition, 2020, www.icao.int/publications/pages/publication.aspx?docnum=9562 5. Астахов К.В. Конкурентна стратегія Міжнародного аеропорту «Бориспіль» у повоєнний період. Проблеми системного підходу в економіці. Випуск № 1(98). 2025. С. 132-139. DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2025-1-19 6. Астахов К.В., Куран О.Ю. Регіональні аеропорти України у повоєнний період. Проблеми системного підходу в економіці. 2026. Випуск № 1(103). 2026. С. 180-187. DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2026-1-22 7. Astakhov K. Factors influencing the airport's competitive strategy formation. Економіка та суспільство. 2022. № 42. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-34 	
Локація та матеріально-технічне забезпечення	<p>Аудиторія теоретичного навчання, Імерсивно-мультифункціональний хаб, мережа Інтернет, мультимедійне обладнання.</p>	
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	<p>Модульна контрольна робота, диференційований залік</p>	
Кафедра	<p>Кафедра маркетингу</p>	
Факультет	<p>Факультет менеджменту, фінансів та маркетингу (ФМФМ)</p>	
Викладач		<p>АСТАХОВ КИРИЛ ВОЛОДИМИРОВИЧ Посада: доцент кафедри маркетингу Науковий ступінь: доктор філософії з маркетингу Вчене звання: - Профіль викладача: https://fmfm.kai.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/astakhov-kyryl-volodymyrovych Тел.: (044) 206-74-98</p>

		E-mail: kyryl.astakhov@npp.kai.edu.ua Робоче місце: 2.203
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс	
Лінк на дисципліну	Після формування групи слухачів створюється кабінет в Google Classroom з необхідними матеріалами для навчання	
Максимальна кількість слухачів	50	