Силабус навчальної дисципліни
«АВІАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ»
Освітньо-наукової програми «Маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Рівень вищої освіти	Третій рівень вищої освіти (доктор філософії)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОНП
Курс	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	5,0 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)	-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 напряму, отримання нових знань та/або здійснення інновацій (РН01). -Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці (РН04). -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 (РН06). -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 (РН07). -Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та /або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи (РН08).

Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців компетентності маркетингових досліджень на глобальному ринку авіаційних перевезень. -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 (ІК). -Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК02). -Здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК03). -Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем (СК07). -Здатність до системного наукового світогляду, загальнокультурного кругозору, застосування сучасних методологій та методів наукової діяльності за фахом (СК10). -Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку (СК11).
Навчальна логістика	**Зміст дисципліни:** -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:** лекції, практичні заняття **Методи навчання:** пояснювально-ілюстративний метод; навчальна дискусія; словесні, наочні, практичні методи; частково-пошуковий метод (евристичний); дослідницькі методи (наукові доповіді, наукові повідомлення; інноваційні методи: робота в малих групах, семінар-дискусія, мозкова атака, презентація, ділові ігри, кейси. **Форми навчання:** очна, заочна
Пререквізити	Глобальний маркетинг, Маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації, Стратегічне управління ланцюгами створення цінностей
Постреквізити	Дана дисципліна є базою для науково-дослідної роботи, підготовки та захисту дисертаційної роботи.
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	**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	2 корпус, аудиторії теоретичного навчання (2.205, 2.201 та ін.) Навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу Обладнання: мультимедійне обладнання, комп'ютери з доступом до Інтернету Технології дистанційного навчання: платформи Google Classroom Google Meet	
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік, тестування, практичні завдання	
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.nau.edu.ua* **Робоче місце: 2.203а**
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс: розширення знань здобувачів ВО у сфері маркетингу авіаційного транспорту, що пов'язано з динамічним розвитком глобального ринку авіаперевезень; ознайомлення студентів з різноманітними аспектами стратегій авіатранспортних підприємств з врахуванням особливостей інституціонального забезпечення ринку; формування у студента розуміння антикризового управління	