



Силабус навчальної дисципліни

«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ТА КОМУНІКАЦІЇ В АВІАЦІЙНІЙ ІНДУСТРІЇ»


Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити/ 120 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності економічних знань теоретичного та прикладного характеру, які формують цілісну систему поглядів на сутність процесів міжнародного маркетингу та комунікацій і спрямована на вивчення специфіки цих аспектів у контексті авіаційної індустрії.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Метою викладання дисципліни є формування у студентів сучасного економічного мислення та системи спеціальних знань у галузі міжнародного маркетингу та комунікацій, спеціально адаптованих до особливостей авіаційної індустрії, засвоєння основних теоретичних положень та опанування необхідними практичними навичками, що мають забезпечувати ефективність діяльності в цій галузі.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> – проводити аналіз міжнародного ринку для ведення бізнесу в міжнародному авіаційному секторі; – вивчати та розуміти потреби споживачів та конкурентів у глобальному масштабі; – розглядати аспекти культурної різноманітності, що впливають на міжнародний маркетинг та комунікації в авіаційній сфері; – знайомитися із стратегіями міжнародної реклами, взаємодією з різними видами клієнтів та партнерів у галузі авіації; – вивчати сучасні інструменти і технології, які використовуються в сфері міжнародного маркетингу для досягнення конкурентних переваг в авіаційній індустрії.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	<ul style="list-style-type: none"> – самостійно визначати сучасні тенденції розвитку міжнародних маркетингових відносин в авіаційній сфері; – проводити дослідження ринку, споживачів, конкурентів в авіаційній індустрії; – брати участь у стратегічному управлінні в авіаційних компаніях, визначати і розвивати конкурентні переваги, а також впроваджувати інноваційні рішення; – працювати над ефективними стратегіями комунікації для взаємодії з різними групами клієнтів, партнерів та споживачів в авіаційній галузі.
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни:</p> <p>Міжнародна стратегія розвитку авіаційної компанії: вибір ринків та адаптація до культурних особливостей. Аналіз споживчого ринку авіаційних послуг у різних країнах: тенденції, попит та особливості споживачів. Брендуння в авіаційній сфері: створення та управління брендом авіакомпанії на міжнародному ринку. Ефективні інструменти комунікації в авіаційному маркетингу: реклама, PR, соціальні мережі. Інновації в авіаційному маркетингу, технологічні рішення та їх вплив на пасажирський досвід. Вплив глобалізації на маркетинг та комунікації в авіаційній індустрії. Ризики та виклики міжнародного маркетингу в авіаційній індустрії: політичні, економічні та соціокультурні фактори. Екологічний маркетинг у авіаційній</p>

	<p>індустрії: вплив на зелені практики на репутацію та споживчий вибір. Міжнародні альянси та партнерства в авіаційному маркетингу. Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота. Методи навчання: бізнес-кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака, підготовка есе, доповідей-презентацій. Форми навчання: очна, дистанційна</p>
Пререквізити	Навчальна дисципліна «Міжнародний маркетинг та комунікації в авіаційній індустрії» базується на знаннях таких дисциплін: «Мікро- та макроекономічні основи міжнародного бізнесу», «Міжнародний менеджмент та маркетинг».
Пореквізити	Є основою для вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень», «Менеджмент ЗЕД підприємства».
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гопкало І.І. Конкуренція компаній на ринку цивільної авіації/І.І.Гопкало //АЕР019. Повітряне і космічне право: [Матеріали Всеукраїнської конференції молодих учених і студентів, м. Київ, Національний авіаційний університет, 21 листопада 2019 р.] Том 2. – Тернопіль: Вектор. – С.165-167. 2. Малахівська Г.В. Управління лояльністю клієнтів авіакомпаній на засадах соціально-відповідального маркетингу: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: 08.00.04 / Малахівська Г. В.; МОН України, Національний авіаційний університет. – Київ, 2019. – 301 с. 3. Побережна З. М. Управління формуванням бізнес-моделі авіапідприємств на конкурентних ринках : дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук: 08.00.04 / Побережна З. М.; МОН України, Національний авіаційний ун-т. – Київ, 2023. – 592 с. 4. Стецюк, Б. Р. Правові аспекти забезпечення міжнародної конкуренції авіаперевізникам України / Б. Р. Стецюк, Н. В. Максименко // Науковий вісник Льотної академії: збірник наукових праць / МОН України, Національний авіаційний університет, Льотна академія ; Письменна М. С., ред. – Кропивницький : ЛА НАУ, 2021. – Вип. 3-4. – С. 191-196. <p>Репозитарій НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nabok I. Features of aviation industry of Ukraine and international cooperation at the present stage // XIV Міжнародна науково-технічна конференція «АВІА-2019» 21-23 квітня 2019 року. Національний авіаційний університет. Київ. – с. 30.20-30.24. 2. Соколова З.С., Набок І.І., Прокоп'єва А.А., Сидоренко К.В., Бойчук Д.І., Родіонов П.Ю. Аналіз ефектів утілення угоди про спільний авіаційний простір із ЄС для галузі пасажирських авіаперевезень України в довоєнний період // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2022.- № 6 (47). – С. 400-423. 3. Набок І.І. Міжнародне співробітництво України в авіаційній сфері // АВІА-2021: тези доповідей XV міжнародної науково-технічної конференції. Національний авіаційний університет. – Київ, 2021. – С. 25.1-25.3 4. Набок І. І. Проблеми відновлення світової авіаційної галузі внаслідок коронавірусної кризи / І.І. Набок // Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskop, Y.O. Voloshin. – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu Nauko Zdrowiuw Łodzi, 2021. – P. 171-177.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія міжнародних економічних відносин і бізнесу, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
Факультет	Факультет міжнародних відносин

Викладач(і)	 <p> ПІБ: НАБОК ІННА ІВАНІВНА Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Вчене звання: доцент Профайл викладача: http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_mevb/prof_sklad/ https://scholar.google.com.ua/citations?user=&user=2X_kjJMAAAAJ?id=10909 Тел.: 406-73-65 E-mail: inna.nabok@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 7.405 </p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	