

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу

УЗГОДЖЕНО

Декан ФМВ

« 4 » 10

Ю. Волошин

2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з навчальних робіт

« 21 » 10



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

«Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем контролю
Денна	8	120/4	36	24	–	60	ДЗ 8 с.	–	Екзамен. 8 с.
Заочна	8, 9	120/4	8	8	–	104	К.р. 9 с.	–	Екзамен. 9 с.

Індекс: НБ – 17 – 292-2 /21– 2.1.25,

НБ – 17 – 292-2 з /21– 2.1.25

СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021



Робочу програму навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес», навчальних та робочих навчальних планів №№ НБ – 17 – 292-2 /21, НБ – 17 – 292-2 з/21, РБ – 17 – 292-2 /21, РБ – 17 – 292-2 з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», наказу ректора від 30.09. 2021 р. № 524/од та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила:
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу  / Сидоренко К.В./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» – кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу, протокол № 13 від «04» жовтня 2021 р.


Гарант освітньо-професійної програми  / Сидоренко К.В./

Завідувач кафедри  / Степанов О.П./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Факультету міжнародних відносин, протокол № 11 від «04» жовтня 2021 р.


Голова НМРР  / Сидоренко К.В./

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 3 з 15	

ЗМІСТ

	Сторінка
Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	10
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)	11
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену	12
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	12
3.1. Методи навчання	12
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	12
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	13
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	13

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 4 з 15	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань і вмінь, що формують профіль фахівця у сфері міжнародних відносин. Засвоєння навчального матеріалу дисципліни дає можливість майбутньому фахівцю методологічно аргументувати та системно впорядкувати теоретичні уявлення щодо особливостей менеджменту та маркетингу міжнародних авіаційних перевезень, а також набути практичних навичок стратегічного розвитку підприємств повітряного транспорту, управління людськими ресурсами в авіації, ризик-менеджменту, рекламної діяльності на авіапідприємствах тощо.


Метою викладання навчальної дисципліни є формування системи загальнотеоретичних і прикладних знань у сфері менеджменту та маркетингу міжнародних авіаційних перевезень, зокрема стратегічного авіаційного менеджменту і маркетингу, кадрової політики авіапідприємств, ризик-менеджменту в авіації, управління якістю послуг міжнародного авіабізнесу, особливостей маркетингової політики продажу міжнародних авіаперевезень та рекламного менеджменту тощо.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- вивчити особливості стратегічного аналізу світового ринку авіаперевезень;
- дослідити сучасні організаційні структури управління підприємствами повітряного транспорту;
- сформувати систему знань про стратегічний авіаційний менеджмент та бізнес-планування в авіації;
- вивчити особливості кадрової політики та корпоративної культури авіатранспортних підприємств;
- дослідити специфіку процесів злиття і поглинання в авіаційній галузі;
- навчитися управляти ризиками в авіації;
- дослідити особливості управління якістю послуг міжнародного авіаційного бізнесу;
- навчитися обґрунтовувати ефективну цінову політику міжнародних авіакомпаній;
- вивчити специфіку маркетингової політики продажу міжнародних авіаційних перевезень та рекламного менеджменту авіапідприємств;
- ознайомитися зі стратегічними аспектами маркетингу в діяльності авіапідприємств;
- навчитися розробляти та впроваджувати стратегію авіаційного лідерства.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

- володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 5 з 15	

– планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу;

– визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними;

– володіти навичками аналізу можливостей торговельного потенціалу країн світу та України з метою виявлення потенційно можливих та ефективних форм і умов організації міжнародного бізнесу, зокрема, у сфері авіаційних перевезень;

– застосовувати набуті знання щодо геоекономічних аспектів та основних тенденцій розвитку міжнародного бізнесу для визначення перспективних форм співробітництва у зовнішньоекономічній діяльності, зокрема, у авіаційно-космічній галузі;

– формулювати висновки і пропозиції, вирішувати проблемні ситуації та розв'язувати практичні завдання у сфері міжнародного бізнесу, передусім, у авіаційно-космічній галузі з урахуванням невизначеності умов і вимог середовища міжнародних економічних відносин.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

– здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері міжнародних відносин у цілому та міжнародних економічних, зокрема, а також у процесі навчання, що передбачає застосування новітніх теорій та методів при здійсненні комплексних досліджень світогосподарських зв'язків, характеризується комплексністю та невизначеністю умов;

– знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

– здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними;

– здатність до діагностики стану досліджень міжнародних економічних відносин та світового господарства у міждисциплінарному поєднанні із політичними, юридичними, природничими науками;

– здатність володіти методикою статистичного та економічного аналізу стану, структури та динаміки світових ринків, зокрема, світового ринку авіаційних перевезень;

– здатність і готовність спрямувати дії до креативного стилю підприємницького мислення, виховання лідерів, які здатні активно діяти у сфері міжнародного бізнесу, здійснювати ефективне управління розвитком міжнародних компаній, зокрема, авіаційних;

– здатність пропонувати нові рішення у сфері міжнародного бізнесу на основі логічних аргументів з урахуванням особливостей і тенденцій розвитку авіаційно-космічної галузі.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Вступ до спеціальності "Міжнародні економічні відносини"», «Економічна теорія», «Економетрика», «Міжнародні економічні відносини», «Мікро- та макроекономічні основи міжнародного бізнесу», «Світова економіка», «Міжнародне економічне право», «Теорія і практика валютного курсу», «Міжнародна торгівля», «Основи менеджменту, маркетингу, підприємництва», «Менеджмент ЗЕД підприємства», «Міжнародний менеджмент та маркетинг», та може бути корисною при написанні кваліфікаційної роботи.



2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з 2 /двох/ навчальних модулів, а саме:

- навчального модуля №1 «Менеджмент міжнародних авіаційних перевезень»,
 - навчального модуля №2 «Маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»,
- кожен з яких є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль 1. «Менеджмент міжнародних авіаційних перевезень»

Інтегровані вимоги модуля №1:

Знати:

- особливості стратегічного аналізу світового ринку авіаперевезень;
- сучасні організаційні структури управління підприємствами повітряного транспорту;
- специфіку стратегічного авіаційного менеджменту;
- основи бізнес-планування та прийняття рішень в авіації;
- особливості управління людськими ресурсами та корпоративної культури авіатранспортних підприємств;
- механізми злиття і поглинання в авіаційній галузі;
- види загроз міжнародному авіаційному бізнесу, методи попередження ризиків в цивільній авіації;
- специфіку управління якістю послуг міжнародного авіабізнесу.

Вміти:


- визначати тенденції світового ринку авіаперевезень та першорядні геополітичні сили, які впливають на світову авіаційну галузь;
- аналізувати організаційні структури управління авіатранспортними підприємствами;
- обґрунтовувати інструменти та механізми стратегічного розвитку підприємств повітряного транспорту;
- планувати виробничу діяльність авіапідприємств;
- застосовувати сучасні методи управління людськими ресурсами на повітряному транспорті;
- обґрунтовувати стратегію і тактику міжнародних злиттів і поглинань;
- діагностувати глобальні загрози і ризики в авіації;
- оцінювати якість послуг міжнародного авіабізнесу.

Тема 1. Стратегічний аналіз світового ринку авіаційних перевезень.

Ключові економічні, географічні та політичні фактори, які впливають на роботу повітряного транспорту. Сучасні тенденції та події, які сприяють зростанню обсягів роботи повітряного транспорту та розширенню ринків авіаперевезень. Першорядні геополітичні сили, які впливають на світову авіаційну галузь та формують її. Вплив Covid-19 на роботу повітряного транспорту та наслідки для світової авіації.

Тема 2. Сучасні організаційні структури управління підприємствами повітряного транспорту.

Формування організаційної структури управління як складової внутрішнього господарського механізму авіатранспортного підприємства. Вимоги до організаційних

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 7 з 15	

структур управління авіатранспортними підприємствами, принципи їх ефективної побудови. Аналіз та вивчення організаційних структур управління підприємствами повітряного транспорту у світі. Організаційна структура управління міжнародним аеропортом «Бориспіль». Організаційна структура управління міжнародної авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України». Організаційна структура управління Державіаслужби, ДП «Антонов».

Тема 3. Стратегічний авіаційний менеджмент.

Стратегічний розвиток міжнародних аеропортів. Позиціонування міжнародних аеропортів та розробка стратегії. Розробка комерційної та роздрібної стратегії. Розвиток мережі аеропортів, пропускної здатності та трафіку. Розвиток ефективності роботи та якості послуг. Управління термінальними послугами міжнародних аеропортів. Управління безпекою. Світовий досвід стратегічної трансформації міжнародного аеропорту. Фактори успіху для аеропортів (на прикладі міжнародних аеропортів ЄС, США, Азійсько-Тихоокеанського регіону). Управління безперервністю роботи аеропортів. Тестування стратегічного розвитку аеропортів.

Тема 4. Бізнес-планування та прийняття рішень в авіації.

Бізнес-план в системі планування міжнародних повітряних перевезень. Планування виробничої діяльності авіапідприємства. Планування транспортної роботи авіапідприємства. Планування мережі повітряних ліній на основі попиту. Розробка розкладу руху літаків. Планування додаткових послуг для споживачів. Планування потреби в трудових ресурсах, продуктивності та оплати праці на підприємствах повітряного транспорту. Маркетинговий план авіапідприємства. Фінансовий план авіатранспортних підприємств. Бізнес-планування як інструмент менеджменту авіатранспортних підприємств в умовах пандемічної кризи.

Тема 5. Управління людськими ресурсами в авіації.

Людський фактор в авіації, помилки та їх наслідки. Авіаційна психологія та людський фактор у забезпеченні авіаційної безпеки. Системний підхід в управлінні людськими ресурсами. Управління персоналом як соціальною системою. Особливості кадрової політики авіапідприємств. Планування людських ресурсів в авіації. Мотивація людських ресурсів в авіакомпаніях та аеропортах. Управління розвитком людських ресурсів. Оцінка персоналу. Особливості управління трудовими відносинами в авіації. Зарубіжний досвід управління людськими ресурсами. Конфлікти в та способи їх усунення на авіапідприємствах.

Тема 6. Корпоративна культура авіатранспортних підприємств.

Корпоративна культура як складова управління організацією. Основні складові формування корпоративної культури в авіапідприємствах. Ключові фази формування корпоративної культури підприємств авіаційного транспорту. Чинники, які впливають на корпоративний дух підприємств авіаційного транспорту. Етика ділового спілкування в авіаційних компаніях. Корпоративна культура під час віддаленої роботи. Безпечна корпоративна культура забезпечення авіаційних польотів, недопущення свідомого порушення авіаційних правил польотів. Механізм формування культури підприємств повітряного транспорту.

Тема 7. Злиття і поглинання в авіаційній галузі.

Аналіз тенденцій світового ринку злиття і поглинання у високотехнологічних галузях економіки (авіаційна та космічна). Стратегія і тактика міжнародних злиттів і поглинань. Злиття та поглинання авіатранспортних підприємств в європейському просторі. Підходи та інструментарій обґрунтування угод злиття та поглинання підприємств повітряного транспорту. Специфіка регулювання процесів злиття та поглинання в авіаційній сфері. Економічний вимір європейського авіаційного ринку



злиттів і поглинань. Оцінка розвитку загальноєвропейських угод М&А в авіаційному бізнесі. Перспективи розвитку злиття та поглинання авіапідприємств в Європі та Україні. Роль України в злитті та поглинанні в авіаційному бізнесі.

Тема 8. Управління ризиками та кризовий менеджмент авіапідприємств.

Види та класифікація ризиків в авіації. Авіаційні події на різних етапах польоту та рішення щодо безпеки польотів. Авіаційні події, що змінили правила безпеки. Оцінка загроз та ризиків авіаційній безпеці. Оцінювання ймовірності виникнення окремих видів ризиків в авіації. Економіко-статистичні методи, аналітичний метод та метод експертних оцінок в ризик-менеджменті. Управління фінансовими ризиками авіапідприємств. Заходи, направлені на забезпечення зниження ймовірності виникнення ризиків та напрями профілактики ризиків в авіації (запобігання, мінімізація, диверсифікація, лімітування). Світовий досвід попередження ризиків та загроз в авіації, в тому числі міжнародному тероризму. Попередження ризиків в цивільній авіації України. Ризик-менеджмент авіатранспортних підприємств України.

Тема 9. Управління якістю обслуговування клієнтів в аеропортах.

Послуги міжнародних аеропортів для авіакомпаній та пасажирів. Ключові елементи системи контролю якості на базі міжнародних стандартів. Основні показники якості надання послуг в авіаційній діяльності. Система параметрів задоволення авіакомпанії аеропортом, їх взаємозв'язок. Фактори, що впливають на рівень якості аеропортових послуг. Комплексна система управління якістю авіапослуг. Методи оцінювання якості аеропортових послуг. Сучасні інформаційні технології обслуговування міжнародних авіаційних перевезень в провідних аеропортах світу. Світовий досвід та сучасні механізми підвищення якості обслуговування клієнтів в міжнародних аеропортах. Інтегрована система менеджменту якості аеропортових послуг.

Модуль 2. «Маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»

Інтегровані вимоги модуля №2:

Знати:


- особливості ціноутворення на світовому ринку авіаційних перевезень;
- специфіку маркетингової політики продажу міжнародних авіаційних перевезень та рекламного менеджменту;
- сучасні підходи до комунікаційної політики авіатранспортних підприємств;
- особливості стратегічного маркетингу в діяльності авіапідприємств;
- особливості міжнародного авіаційного маркетингу у глобальному економічному просторі;
- шляхи формування авіаційного лідерства.

Вміти:

- управляти доходами міжнародних авіакомпаній;
- оцінювати збутову політику в системі авіаційного маркетингу;
- планувати рекламну кампанію в міжнародному авіаційному бізнесі;
- обґрунтовувати маркетингову політику комунікацій авіатранспортних підприємств;
- розробляти конкурентні стратегії міжнародних авіакомпаній;
- планувати систему взаємовідносин з клієнтами, постачальниками, стратегічними партнерами та конкурентами для досягнення лідерства в міжнародному авіаційному бізнесі.

Тема 1. Цінова політика міжнародних авіакомпаній.

Ціноутворення і управління доходами міжнародних авіакомпаній. Сучасні тенденції ціноутворення на ринку міжнародних пасажирських авіаперевезень в світі та в

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 9 з 15	

Україні. Світовий досвід формування тарифів міжнародних авіакомпаній. Авіаційні тарифи, опубліковані тарифи IATA, конфіденційні тарифи авіакомпаній, спеціальні пропозиції (рекламні тарифи) авіакомпаній. Класифікація спеціального тарифу. Внутрішні та зовнішні чинники тарифної політики авіапідприємства. Основні властивості тарифної політики. Фактори формування тарифної сукупності авіакомпанії. Процес функціонування тарифної політики при змінних ринкових умовах. Цінова політика міжнародних авіакомпаній в умовах скорочення обсягів роботи повітряного транспорту та поширення світової пандемії.

Тема 2. Маркетингова політика продажу міжнародних авіаційних перевезень.

Особливості збутової політики в системі авіаційного маркетингу. Форми збуту міжнародних авіаційних перевезень, вибір каналів збуту. Маркетингові фактори впливу на управління збутом міжнародних авіаційних перевезень. Організаційна структура управління збутом в міжнародних авіакомпаніях. Елементи підсистеми планування попиту та збуту міжнародних авіаційних перевезень, елементи підсистеми організації збуту. Організаційні основи системи розподілу в міжнародному авіаційному бізнесі. Торгові посередники з організації продажу міжнародних авіаційних перевезень. Інформаційні системи в технології в системі маркетингу міжнародних авіаційних перевезень.

Тема 3. Рекламний менеджмент на авіапідприємствах.

Психологічні основи рекламного менеджменту на повітряному транспорті. Методи маркетингових досліджень в рекламі. Напрями організації рекламної діяльності учасників міжнародного авіаційного бізнесу. Планування рекламних кампаній в авіаційному бізнесі. Управління розробленням рекламної ідеї. Управління корпоративною репутацією авіатранспортних підприємств. Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємств повітряного транспорту.

Тема 4. Маркетингова політика комунікацій авіатранспортних підприємств.

Місце та роль комунікаційної політики в сучасному маркетингу. Сучасні підходи до комплексу маркетингових комунікацій. Дослідження існуючих підходів до маркетингових комунікацій на авіатранспортних підприємствах. Використання маркетингових комунікацій вітчизняними авіапідприємствами та дослідження кращих світових практик. Роль інтегрованих маркетингових комунікацій для міжнародних авіакомпаній. Механізм формування комплексу маркетингових комунікацій міжнародних авіакомпаній.

Тема 5. Стратегічний маркетинг в діяльності авіапідприємств.

Ключові аспекти застосування маркетингової концепції на світовому ринку авіаційних перевезень. Основні рівні маркетингової стратегії. Корпоративні стратегії маркетингу. Ділові стратегії маркетингу. Функціональні стратегії маркетингу авіапідприємств. Маркетингові стратегії зростання. Маркетингове стратегічне управління портфелем міжнародного авіаційного бізнесу. Маркетингові стратегії диференціації в комерційній авіації. Диверсифікація бізнесу міжнародних авіакомпаній: отримання додаткових доходів. Бізнес-моделі та конкурентні стратегії міжнародних авіакомпаній. Проблеми, напрями та методи підвищення ефективності конкурентних стратегій в авіаційній галузі

Тема 6. Міжнародний авіаційний маркетинг у глобальному економічному просторі.

Послідовність формування високої задоволеності споживачів міжнародних авіапослуг. Дотримання міжнародними авіакомпаніями під час міжнародних авіаперевезень засад маркетингу послуг, який побудований на основі формули "7P" (product, price, place, promotion, process, physical evidence, people). Забезпечення




міжнародної економічної безпеки у взаємозв'язку з міжнародним авіаційним маркетингом у глобалізованій економіці.

Тема 7. Авіаційне лідерство.

Глобальне мислення та співпраця з питань міжнародного авіаційного бізнесу. Розроблення власного бренду лідерства. Емоційний інтелект, формування мислення лідера, яке максимально збільшить здатність досягати результатів. Найкращі нові бізнес-моделі та концепції в авіаційній сфері. Операційна досконалість в авіації. Системний характер «клієнтоцентрованого підходу» проти «фокусування на потребах клієнта». Розвиток мережі взаємовідносин з клієнтами, постачальниками, стратегічними партнерами та конкурентами для досягнення цілей міжнародного авіаційного бізнесу.

2.3. Тематичний план

пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
Модуль № 1 «Менеджмент міжнародних авіаційних перевезень»									
		8 семестр				8 семестр			
1.1	Стратегічний аналіз світового ринку авіаційних перевезень	8	2	2	4	4,5	0,5	-	4
1.2	Сучасні організаційні структури управління підприємствами повітряного транспорту	6	2	2	2	2,5	0,5	-	2
1.3	Стратегічний авіаційний менеджмент	8	2	2	4	4,5	0,5	-	4
1.4	Бізнес-планування та прийняття рішень в авіації	6	2	-	4	2,5	0,5	-	2
1.5	Управління людськими ресурсами в авіації	6	2	2	2	4,5	0,5	-	4
1.6	Корпоративна культура авіатранспортних підприємств	6	2	-	4	2,5	0,5	-	2
1.7	Злиття і поглинання в авіаційній галузі	8	2	2	4	4,5	0,5	-	4
1.8	Управління ризиками та кризовий менеджмент авіапідприємств	8	2	2	4	2,5	0,5	-	2
1.9	Управління якістю обслуговування клієнтів в аеропортах	8	2	2	4	2	-	-	2
1.10	Модульна контрольна робота №1	4	2	-	2	-	-	-	-
Усього за модулем № 1		68	20	14	34	30	4	0	26
Усього за 8 семестр (ЗФН)		-	-	-	-	30	4	0	26


	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 11 з 15	

		9 семестр							
1.1	Стратегічний аналіз світового ринку авіаційних перевезень	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.2	Сучасні організаційні структури управління підприємствами повітряного транспорту	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.3	Стратегічний авіаційний менеджмент	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.4	Бізнес-планування та прийняття рішень в авіації	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.5	Управління людськими ресурсами в авіації	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.6	Корпоративна культура авіатранспортних підприємств	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.7	Злиття і поглинання в авіаційній галузі	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.8	Управління ризиками та кризовий менеджмент авіапідприємств	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
1.9	Управління якістю обслуговування клієнтів в аеропортах	-	-	-	-	4,5	-	0,5	4
Модуль № 2 «Маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»									
2.1	Цінова політика міжнародних авіакомпаній	6	2	2	2	6,5	1	0,5	5
2.2	Маркетингова політика продажу міжнародних авіаційних перевезень	6	2	2	2	6	0,5	0,5	5
2.3	Рекламний менеджмент на авіапідприємствах	6	2	2	2	6	0,5	0,5	5
2.4	Маркетингова політика комунікацій авіатранспортних підприємств	4	2	-	2	6	0,5	0,5	5
2.5	Стратегічний маркетинг в діяльності авіапідприємств	6	2	2	2	6	0,5	0,5	5
2.6	Міжнародний авіаційний маркетинг у глобальному економічному просторі	6	2	-	4	6	0,5	0,5	5
2.7	Авіаційне лідерство	6	2	2	2	5	0,5	0,5	4
2.8	Модульна контрольна робота №2	4	2	-	2	-	-	-	-
2.9	Контрольна (домашня) робота (ЗФН) / Домашнє завдання	8	-	-	8	8	-	-	8
Усього за модулем № 2		52	16	10	26	90	4	8	78
Усього за 9 семестр (ЗФН)		-	-	-	-	90	4	8	78
Усього за навчальною дисципліною		120	36	24	60	120	8	8	104

2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)

Домашнє завдання та завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН) з дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень» є важливим етапом у засвоєнні навчального матеріалу.

Мета домашнього завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН) – поглиблення теоретичних знань здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни, формування практичних вмінь та навичок застосування здобутих знань щодо управління

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 12 з 15	

міжнародними авіаційними перевезеннями, умов, форм, методів, механізмів та інструментарію формування авіаційного лідерства в глобальному економічному просторі.

Завдання на домашнє завдання та контрольну (домашню) роботу (ЗФН) розробляються викладачем навчальної дисципліни. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри і доводяться до відома здобувачів індивідуально.

2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену розробляється провідним викладачем кафедри з даної дисципліни відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доводиться до відома здобувачів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

Під час вивчення навчальної дисципліни застосовуються методи навчання, які заохочують здобувачів вищої освіти до роздумів, дискусій та критичного мислення: методи теоретичного дослідження, економіко-математичного аналізу, методики аналізу даних, технології пошуку й обробки інформації, робота в малих групах, бізнес-кейси, дебати, ділові ігри, дискусії, презентації тощо.

Інформаційне забезпечення – доступ до мережі інтернет, сервіси Google GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Jamboard, Google Analytics).

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Балабанова Г.П. Авіаційне страхування як чинник розвитку авіаційної галузі України у світовому господарстві [Електронний ресурс] / Г.П.Балабанова. – НАУ, 2021 – 9 с. Режим доступу: <http://ocs.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2021/paper/viewFile/8225/6691>

3.2.2. Ложачевська О., Сидоренко К. Формування конкурентоспроможності виробничої інфраструктури міжнародних аеропортів: Монографія. – К.: ФОП Маслаков, 2019. – 250 с.

3.2.3. Ложачевська О.М., Полторацька О.Т. Глобальна інституціональна взаємодія міжнародних авіаційних організацій з аеропортами України: Монографія. – Київ: Логос, 2011. – 208 с.


3.2.4. Ложачевська О.М., Сидоренко К.В., Сіденко С.В. Глобальні закономірності розвитку світового ринку авіаційних перевезень // Міжнародна економічна політика. – 2018. – №2 (29). – С. 55-74. – DOI 10.33111/ier.2018.29.03.

3.2.5. Набок І.І. Глобальні стратегічні альянси в авіаційній галузі: сучасний стан і тенденції розвитку / І.І. Набок // Стратегія розвитку України: наук. журн. – 2017. – №2. – С. 130-135.

3.2.6. Побоченко Л.М. Світовий ринок авіаційних перевезень та вплив на нього COVID-19 // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2020. – №1. – С. 77-83.

3.2.7. Побоченко Л.М. Сучасні тенденції розвитку світового ринку бізнес-авіації/ Л.М. Побоченко, І.О. Чиженко // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2017. – №1. – С. 138-144.

3.2.8. Сидоренко К.В. Модернізація механізму формування конкурентоспроможності виробничої інфраструктури міжнародних аеропортів / О. Т. Полторацька, К. В. Сидоренко // Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі: Монографія / За редакцією Ареф'євої О.В. – К.: ФОП Маслаков,

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 13 з 15	

2019. – 342 с. / 8 с.

3.2.9. Сидоренко К.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю виробничої інфраструктури аеропортів в досягненні цілей стійкого розвитку: теоретико-методичний підхід / К. В. Сидоренко // Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі: Монографія / За редакцією Ареф'євої О.В. – К.: Видавництво, 2018. – 364 с. / 15 с.

3.2.10. Sheremet O., Sydorenko K., Airport services international competitiveness management / O. Sheremet, K. Sydorenko // 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 – Łodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. – 436 p. / 6 p. http://fmv.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/collective-monograph_2021.pdf

Допоміжна література

3.2.11. Біла С.О., Гайдай М.Ю. Стратегічні пріоритети сталого розвитку у XXI ст.: досвід країн ЄС та України / С.О Біла, М.Ю.Гайдай // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – 2018. – Вип. 1-1 (44) – С.26 – 31. Електронна адреса посилання: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2018/44_1_2018/06.pdf

3.2.12. Пічкурова З.В. Світова практика державної підтримки малого та середнього бізнесу в умовах пандемії COVID-19 / З.В. Пічкурова // Науковий економічний журнал «Інтелект XXI». – К.: Видавничий дім «Гельветика», 2020. – № 6. – С. 85-91.

3.2.13. Ричка М.А. Ринок транспортних послуг: зарубіжний досвід / М.А. Ричка, С.Р. Дерій // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2016. – № 1. – С. 160-165.

3.2.14. Румянцев А.П. Інноваційна діяльність вітчизняних підприємств на ринку енергозбереження в умовах глобалізації / А.П. Румянцев // Стратегія розвитку України. – 2019. – №2. – С.21-28

3.2.15. Степанов О.П., Дікарев О.І. Енергетична дипломатія водневої економіки: монографія – К.: НАУ, 2021 – 436 с.

3.2.16. Татаренко Н.О. Інституційні зміни в національній економіці як виклик економічній дипломатії // Віхи зовнішньої політики суверенної України: Збірник наукових праць. К.: ДАУ, 2017. – С.44-51.

3.2.17. Innovative Trends in World Trade Development: the monograph / A.P.Rumyantsev, S.V.Sidenko, S.O.Bila et al.; edited by Prof. Rumyantsev. – Kyiv: NAU, 2018. – 416 p.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.2.18. <https://www.worldbank.org> – офіційний сайт Світового банку.

3.2.19. <https://www.icao.int> – офіційний сайт Міжнародної організації цивільної авіації.


3.2.20. <https://www.iata.org> – офіційний сайт Міжнародної асоціації повітряного транспорту.

3.2.21. <https://www.iata.org/en/training/courses/aviation-leadership-development/taph79/en/> - IATA. Aviation Leadership Development Program in collaboration with Harvard Business Publishing.

3.2.22. <https://www.coursera.org> – освітня платформа Coursera.

3.2.23. <https://prometheus.org.ua> – освітня платформа Prometheus.

3.2.24. www.ukrstat.gov.ua/ – офіційний сайт Державної служби статистики країни.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 14 з 15	

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Методи контролю та схема нарахування балів. Оцінювання окремих видів виконаної здобувачем навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Мах кількість балів		Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	8 семестр	8 семестр		8 семестр	9 семестр
Модуль № 1 «Менеджмент міжнародних авіаційних перевезень»			Модуль № 2 «Маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»		
Виконання експрес-завдань на знання теоретичного матеріалу	56.x2=10	-	Виконання експрес-завдань на знання теоретичного матеріалу	56.x2=10	20
Виконання кейсів та активна участь при вирішенні та обґрунтуванні поставлених завдань	56.x4=20	-	Виконання кейсів та активна участь при вирішенні та обґрунтуванні поставлених завдань	56.x2=10	20
			Виконання домашнього завдання	10	-
			Виконання контрольної роботи (домашньої) (ЗФН)	-	20
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>18 балів</i>	-	<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №2 студент має набрати не менше</i>	<i>18 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	10	-	Виконання модульної контрольної роботи №2	10	-
Усього за модулем №1	40	-	Усього за модулем №2	40	60
Усього за модулями №1, №2				80	60
Семестровий екзамен				20	40
Усього за дисципліною				100	


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються здобувачу вищої освіти, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих здобувачем вищої освіти за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та **екзаменаційної** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

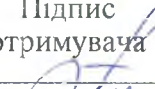
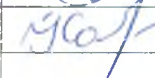
4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та індивідуального навчального плану здобувача, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг міжнародних авіаційних перевезень»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01-01-2021
		стор. 15 з 15	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	СЗ02	21.10.21	Фігурідо Мелішкі		
2	15.01.01	21.10.21	Слощенко Ю.В.		

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 - 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				