



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
 Національний авіаційний університет  
 Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
 Кафедра маркетингу



УЗГОДЖЕНО  
 Декан ФЕБА

  
 С.Ф. Смерічевський  
 «13» 06 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ  
 Проректор з навчальної роботи

  
 А. Постухін  
 «25» 06 2021 р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«Основи маркетингу на транспорті»**

Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»


Форма навчання	Семестр	Усього (годин/кредитів ECTS)	Лекції	Практ. заняття	Лабораторні	Самостійна робота	ДЗ / РГР / К	КР / КПр	Форма сем. контролю
Денна:	3	105/3,5	34	17	-	54	1 ДЗ-3с	-	диф.залік 3 с
Заочна	3,4	105/3,5	8	4	-	93	1 ДЗ, 1 К.р.-4 с	-	диф.залік 4 с

Індекс: РБ-6-075-1/21-2.1.11

РБ-6-075-1з/21-2.1.11

РБ-6-075-2/21-2.1.11

РБ-6-075-2з/21-2.1.11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 2 з 10	

Робочу програму навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті» розроблено на основі освітньо-професійних програм «Маркетинг», «Електронний маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів: №НБ-6-075-1/21, №РБ-6-075-1/21, №РБ-6-075-1з/21 та №НБ-6-075-2/21, №РБ-6-075-2/21 та №РБ-6-075-2з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробили:

доцент кафедри маркетингу



Божок А.Р.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійних програм «Маркетинг», «Електронний маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 5 від « 13 » 05 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми  
«Електронний маркетинг»



Ярмолюк О.Я.

Гарант освітньо-професійної програми «Маркетинг»



Сібрук В.Л.

Т.в.о. завідувача кафедри



Радченко Г.А.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 2 від « 15 » 08 2021 р.

Голова НМРР



Тофанчук А.Т.

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник



## ЗМІСТ

сторінка

<b>Вступ</b> .....	4
<b>1. Пояснювальна записка</b> .....	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 .....	4
1.4. Міждисциплінарні зв'язки .....	5
<b>2. Програма навчальної дисципліни</b> .....	5
2.1. Зміст навчальної дисципліни .....	5
2.2. Модульне структурування та вимоги до кожного модуля .....	5
2.3. Тематичний план .....	7
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу ЗФН .....	7
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи .....	8
<b>3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни</b> .....	8
3.1. Методи навчання .....	8
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) .....	8
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті .....	8
<b>4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь</b> .....	9

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 4 з 11	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті» розробляється на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 р. №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 та вмінь, що формують профіль фахівця в галузі маркетингу.

**Метою** викладання дисципліни є формування у студентів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу на транспорті, набуття практичних навичок щодо проведення маркетингових досліджень ринку та просування транспортних послуг на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективної діяльності компанії.

**Завданнями** вивчення навчальної дисципліни є:

- отримання студентами знань з теоретичних та методологічних основ маркетингу транспортних підприємств та системного підходу;
- вивчення впливу факторів макро- та мікросередовища на маркетингову транспортної компанії;
- набуття навичок з організації та здійснення маркетингових досліджень ринку транспортних послуг;
- сегментації ринку перевезень і розробки комплексу маркетингових заходів з цінової, збутової та комунікаційної політик;
- застосування методів стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу транспортних послуг.


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

ОПП «Маркетинг»:

- Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності **(ПРН2)**.
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища **(ПРН8)**.
- Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки **(ПРН16)**.

ОПП «Електронний маркетинг»:

- Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності **(ПРН2)**.
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища **(ПРН8)**.
- Усвідомлювати особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави, знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, враховувати наслідки реалізації макроекономічної політики, використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур, розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття маркетингових рішень **(ПРН21)**.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 5 з 11	

### 1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути наступні компетентності:

ОПП «Маркетинг»:

- здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов (ПК);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3);
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4);
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8);
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК12);
- здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (ФК1);
- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (ФК4);
- здатність до збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для проведення ефективної маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі (ФК21).

ОПП «Електронний маркетинг»:

- здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов (ПК);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3);
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4);
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8);
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК12);
- здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (ФК7);
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (ФК13);
- здатність до проведення аналітичної обробки результатів фінансово-господарської діяльності підприємств та визначати фінансові і маркетингові ризики, аналізувати і структурувати економічні явища та наслідки з точки зору сучасних теоретичних, організаційно-методичних основ обліку та оподаткування (ФК20).

### 1.4. Міждисциплінарні зв'язки

Навчальна дисципліна «Основи маркетингу на транспорті» базується на знаннях таких дисциплін: «Соціально-ринкові комунікації», «Маркетинг», «Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин» та є базою для вивчення дисциплін «Маркетинг в авіації», «Логістика та управління ланцюгами постачань».

## 2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля №1 «Комплекс маркетингу транспортних послуг», який є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.





## **2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля**

### **Модуль № 1 «Комплекс маркетингу транспортних послуг»**

#### **Інтегровані вимоги модуля №1:**

##### **знати:**

- основні поняття маркетингу транспортних послуг;
- складові комплексу маркетингу транспортних послуг ;
- методологічні основи проведення маркетингових досліджень та розробки маркетингових стратегій.

##### **вміти:**

- проводити сегментацію ринків транспортних послуг;
- здійснювати розробку елементів комплексу маркетингу;
- організовувати та проводити маркетингові дослідження транспортних послуг.

#### **Тема 1. Сутність маркетингу та його особливості на авіаційному транспорті.**

Сутність та основні поняття маркетингу. Цілі маркетингової діяльності. Функції маркетингу. Основні елементи та комплекс маркетингу. Особливості маркетингу на авіаційному транспорті. Концепції розвитку маркетингу. Особливості маркетингу на транспорті.

#### **Тема 2. Характеристики сучасного маркетингу на транспорті**

Поняття транспортної продукції та транспортного ринку. Сутність процесу управління маркетингом на транспорті. Маркетингове середовище ринку транспортних послуг. Основні напрямки маркетингу на транспорті. Поняття транспортної послуги. Особливості транспортного ринку та продукції на ринку транспортних послуг. Принципи планування та прогнозування перевезень на транспорті. Фактори впливу на обсяг перевезень.

#### **Тема 3. Маркетингові дослідження ринку авіатранспортних послуг**

Сутність та роль маркетингової інформаційної системи. Маркетингова інформація, її види та способи збору. Сегментація та вибір цільових сегментів ринку транспортних послуг. Сутність і завдання маркетингового дослідження. Напрями комплексного дослідження ринку авіатранспортних послуг. Процес маркетингового дослідження. Практична реалізація досліджень сфери перевезень. Обстеження районів тяжіння транспортних підприємств та формування попиту на вантажні перевезення. Маркетингові дослідження споживачів. Дослідження конкурентів.


#### **Тема 4. Маркетингове ціноутворення на транспортному ринку**

Сутність маркетингової цінової політики, її функції та фактори, що на неї впливають. Класифікація значення ціни. Принципи маркетингового ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення. Особливості формування транспортних тарифів. Види знижок в системі транспортних тарифів. Завдання маркетологів щодо формування попиту на транспортні перевезення.

#### **Тема 5. Маркетингова політика комунікацій на авіаційному транспорті**

Цілі та засоби маркетингової політики комунікацій. Характеристика процесу маркетингових комунікацій. Суб'єкти та об'єкти маркетингових комунікацій на транспорті. Комунікаційна модель транспортного маркетингу. Інформація та реклама у стимулюванні попиту на транспортні послуги.

#### **Тема 6. Місце і роль транспортно-експедиційного обслуговування**

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 7 з 11	

Сутність транспортно – експедиційного обслуговування. Основні поняття та визначення у транспортно – експедиційному бізнесі. Види транспортно-експедиційного обслуговування. Операторські компанії та їх участь у транспортно – експедиційному бізнесі.

### Тема 7. Розробка комплексу маркетингу на транспортних підприємствах

Аналіз кон'юнктури транспортного ринку. Аналіз ринкових можливостей транспортних підприємств. Визначення транспортної забезпеченості та доступності. Особливості розробки комплексу маркетингу транспортних підприємств.

### Тема 8. Ефективність маркетингових заходів на транспорті

Економічна ефективність маркетингових заходів, які не вимагають капітальних вкладень. Методи оцінки позатранспортного ефекту маркетингової діяльності на транспорті. Методи визначення економічної ефективності заходів маркетингу, що вимагають додаткових інвестицій. Визначення потоку коштів і показників комерційної ефективності інвестиційного маркетингу. Приклади щодо визначення комерційної ефективності маркетингової діяльності на транспорті.

#### 2.3. Тематичний план

№ п/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Модуль №1 «Комплекс маркетингу транспортних послуг»</b>									
1.1	Сутність маркетингу та його особливості на авіаційному транспорті	3 семестр				3 семестр			
		12	2 2	2	6	10	2	-	8
1.2	Характеристика сучасного маркетингу на транспорті	11	2 2	2	5	10	1	-	9
1.3	Маркетингові дослідження ринку авіатранспортних послуг	11	2 2	2	5	10	1		9
1.4	Маркетингове ціноутворення на транспортному ринку	4 семестр				4 семестр			
		11	2 2	2	5	10		1	9
1.5	Маркетингова політика комунікацій на авіаційному транспорті	11	2 2	2	5	11	1		10
1.6	Місце і роль транспортно-експедиційного обслуговування	11	2 2	2	5	12	1	1	10
1.7	Розробка комплексу маркетингу на транспортних підприємствах	12	2 2	2	6	11	1		10
1.8	Ефективність маркетингових заходів на транспорті	12	2 2	2 1	5	12	1	1	10
1.9	Домашнє завдання	8	-	-	8	-	-	-	-
1.10	Модульна контрольна робота №1	6	2	-	4	-	-	-	-
1.11	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
1.12	Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)	-	-	-	-	11	-	1	10
<b>Усього за модулем №1</b>		<b>105</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>54</b>	<b>105</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>93</b>
<b>Усього за навчальною дисципліною</b>		<b>105</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>54</b>	<b>105</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>93</b>



#### 2.4. Домашнє завдання.

В третьому семестрі студенти виконують домашнє завдання (ДЗ), відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни в області електронного маркетингу.

Конкретна мета ДЗ полягає в отриманні уявлення про основи та особливості маркетингу на транспорті, дослідження та сегментації ринку транспортних послуг.

Для успішного виконання ДЗ студент повинен **знати** особливості маркетингу на транспорті, комплекс маркетингу на транспорті, особливості комплексного дослідження ринку транспортних послуг та **вміти** проводити сегментацію ринку транспортних послуг та визначати ефективність маркетингових заходів на транспорті.

Виконання, оформлення та захист ДЗ здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання ДЗ, – до 8 годин самостійної роботи.

Для студентів ЗФН – завдання для виконання контрольної роботи розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та практичної частини визначається за першою літерою прізвища та останньою цифрою індивідуального навчального плану студента.

Контрольна робота (ЗФН) з дисципліни виконується в шостому семестрі, тематика розробляється автором робочої програми. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання контрольної складає 8 годин самостійної роботи.

**2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи** (у випадку диференційованого заліку ЗФН).

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

### 3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.

#### 3.2. Рекомендована література

##### Базова література


3.2.1. Зоріна О.І., Волохов В.А., Волохов І.В., Дергоусова О.А., Сиволовська О.В., Мкртчян О.М, Гончаренко Д.С. Маркетинг транспортних послуг: навч. посібник. – Х.: УкрДАЗТ, 2018. – 305 с.

3.2.2. Аксьонов І.М., Ейтутіс Г.Д., Кравцов Є.П., Веприцький Р.С. Рязанцев А.В. та ін. Маркетинг транспортних послуг: навчальний посібник. – Ніжин, 2018. 263 с.

3.2.3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового: книга. – К.: КМ-Букс, 2018. – 208 с.

#### Допоміжна література



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 9 з 11	

3.2.4. Смерічевський С.Ф. Михальченко І.Г. Особливості трансформації світового ринку авіаперевезень // Науковий вісник Ужгородського університету. – У: УНУ, 2015. – Вип. 2. – С. 29-37.

3.2.5. Тофанчук А.Т. Особливості сучасних маркетингових комунікацій в авіатранспортній сфері // Економічні студії: науково-практичний журнал. – Л.: Львівська економічна фундація, 2015. – Вип. 1. – С. 107-114.

3.2.6. Пономаренко І.В. Аналіз ринку авіаперевезень в Україні // Проблеми економіки. – Х: НДЦІПР НАН України, 2017. – Вип. 14. – С. 208-214.

### 3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3.3.2 Air transportation - statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/1707/air-transportation/>.


3.3.3. Кейс «Аналіз стратегій компаній на світовому ринку транспортних послуг». URL: [https://stud.com.ua/47717/marketing/keys\\_analiz\\_strategiy\\_kompaniy\\_svitovomu\\_rinku\\_transportnih\\_poslug](https://stud.com.ua/47717/marketing/keys_analiz_strategiy_kompaniy_svitovomu_rinku_transportnih_poslug).

## 4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ.

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
<b>Вид навчальної роботи</b>	<b>Модуль №1</b>	
	<b>5 семестр</b>	<b>5, 6 семестр</b>
Виконання тестових завдань під час практичних занять	27 (сумарно)	20
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	27 (сумарно)	20
Відповіді на практичних заняттях (з урахуванням виконання завдань, отриманих під час настановної сесії)	-	
Виконання домашнього завдання	10	-
Виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)	-	30
Виконання творчо-індивідуального завдання	11	-
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>45 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	25	-
<i>Підсумкова семестрова контрольна робота</i>	-	30
<b>Усього за модулем №1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Усього за дисципліною</b>	<b>100</b>	

**Залікова рейтингова оцінка** визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 10 з 11	


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.

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

4.4. В випадку **диференційованого заліку** підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS.

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, 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 «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 10 з 10	

(Ф 03.02 – 01)

## АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	ОЗ02	25.06.21	Фігуров Микола	<i>[Signature]</i>	

(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
1	Борисенко Д. С.	22.08.22	<i>[Signature]</i>	є адекватним

(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				



## Contents:

<b>Introduction</b> .....	4
<b>1. Explanatory notes</b> .....	4
1.1. Place, objectives, tasks of the subject.....	4
1.2. Learning outcomes the subject makes it possible to achieve.....	4
1.3. Competences the subject makes it possible to acquire.....	4
1.4 Interdisciplinary connections.....	5
<b>2. Course training program on the subject</b> .....	5
2.1. The subject content.....	5
2.2. Modular structuring and integrated requirements for each module.....	5
2.3. Training schedule of the subject.....	6
2.4. Homework.....	7
2.5. List of questions for preparation to the Graded Test.....	7
<b>3. Basic concepts of guidance on the subject</b> .....	7
3.1. Teaching methods.....	7
3.2. List of references (basic and additional).....	7
3.3. Internet resources.....	7
<b>4. Rating system of knowledge and skills assessment</b> .....	8

	Quality Management System Course Training Program on «Fundamentals of Marketing on Transport»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 03-2021
	Pages 4 з 9		

## INTRODUCTION

The Course Training Program on the «Fundamentals of Marketing on Transport» is based on the "Methodical guidance for the subject course training program", approved by the order № 249/од, of 29.04.2021 and corresponding normative documents.

### 1. EXPLANATORY NOTES

#### 1.1. Place, objectives, tasks of the subject

This academic subject is the theoretical and practical basis of knowledge and skills that form the profile of a specialist in the field of transport management.

**Main target** of teaching the discipline is to provide students with modern system of views and special knowledge in the field of transport marketing, acquisition of practical skills in conducting market research and promotion of transport services on the market taking into account the needs of consumers and ensuring the effective operation of the company.

#### **The tasks of the discipline are:**

- acquisition by students of knowledge on theoretical and methodological bases of marketing of transport enterprises and system approach;
- study of the influence of macro- and micro-environmental factors on the marketing of a transport company;
- acquisition of skills in the organization and implementation of marketing research of the market of transport services;
- segmentation of the transportation market and development of a set of marketing measures for pricing, sales and communication policies;
- application of methods of strategic planning, implementation and control of marketing programs for transport services.

#### 1.2. Learning outcomes the subject makes it possible to achieve


- Demonstrate knowledge and understanding of the theoretical foundations and principles of marketing activities.
- Analyze and forecast market phenomena and processes based on the application of fundamental principles, theoretical knowledge and applied skills of marketing activities.
- Apply innovative approaches to marketing activities of the market entity, flexibly adapt to changes in the marketing environment.
- To meet the requirements of a modern marketer, to increase the level of personal training.
- Understand the features of modern world and national economy, institutional structure, social, domestic and foreign economic policy, know and understand economic categories, laws, causal and functional relationships between processes and phenomena at different levels of economic systems, take into account the consequences of implementation macroeconomic policy, use knowledge of forms of interaction of market relations to ensure the activities of business structures, understand the organizational and economic mechanism of enterprise management and evaluate the effectiveness of marketing decisions.

#### 1.3. Competences the subject makes it possible to acquire

As a result of studying the discipline the student must acquire the following competencies:

- ability to solve complex specialized problems and practical problems in the field of marketing activities or in the learning process, which involves the use of appropriate theories and methods and is characterized by complexity and uncertainty of conditions;
- ability to abstract thinking, analysis and synthesis;
- ability to learn and master modern knowledge;
- ability to conduct research at the appropriate level;
- ability to communicate with representatives of other professional groups of different levels



	Quality Management System Course Training Program on «Fundamentals of Marketing on Transport»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 03-2021
		Pages 5 з 9	

(with experts from other fields of knowledge / types of economic activity);

- the ability to logically and consistently reproduce the acquired knowledge of the subject area of marketing;

- the ability to conduct marketing activities based on an understanding of the nature and content of marketing theory and functional relationships between its components;

- ability to determine the impact of functional areas of marketing on the results of economic activities of market participants;

- ability to plan and conduct effective marketing activities of the market entity in cross-functional terms;

- ability to conduct analytical processing of the results of financial and economic activities of enterprises and identify financial and marketing risks, analyze and structure economic phenomena and consequences in terms of modern theoretical, organizational and methodological foundations of accounting and taxation;

- ability to collect, process, analyze and interpret the necessary data for effective marketing activities of aviation enterprises.

#### 1.4. Interdisciplinary Connections

The academic subject “Fundamentals of Marketing in Transport” is based on knowledge of academic subjects such as: "Social and market communications", "Marketing", "Economics of economic activity of market relations" and is the basis for the study of disciplines "Marketing in aviation", "Logistics and supply chain management".

### COURSE TRAINING PROGRAM ON THE SUBJECT

#### 2.1. The subject content

The training material of the discipline is structured on a modular basis and consists of one training **module №1 "Marketing Complex of Transport Services"**, which is logically complete, relatively independent, integral part of the curriculum, the assimilation of which involves a modular test and analysis of its results.

#### 2.2. Modular structuring and integrated requirements for each module

##### Module №1 Module №1 “Marketing Complex of Transport Services”

##### Integrated requirements to the module №1:

##### Know:

- basic marketing concepts of transport services;
- components of marketing complex of transport services;
- methodological bases of marketing research and development of marketing strategies.

##### Learning outcomes:

- to segment market transport services;
- to develop elements of marketing complex;
- organize and conduct marketing research of transport services.


##### Topic 1. The essence of marketing and its features on transport.

The essence and basic concepts of marketing. Goals of marketing activities. Marketing functions. Basic elements and complex of marketing. Marketing development concepts. Features of transport marketing.

##### Topic 2. Characteristics of modern marketing on transport

The concept of transport products and transport market. The essence of the marketing management process on transport. Marketing environment of the transport services market. The main directions of marketing on transport. The concept of transport service. Features of the transport market and products on the market of transport services. Principles of transport planning and forecasting. Factors influencing the volume of traffic.

##### Topic 3. Marketing research of transport services market

	Quality Management System Course Training Program on «Fundamentals of Marketing on Transport»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03-03-2021
		Pages 6 з 9	

The essence and role of marketing information system. Marketing information, its types and methods of collection. Segmentation and selection of target segments of the transport services market. The essence and objectives of marketing research. Directions of complex research of the market of transport services. The process of marketing research. Practical implementation of research in the field of transportation. Survey of areas of attraction of transport enterprises and the formation of demand for freight. Consumer marketing research. Competitor research.

**Topic 4. Marketing pricing on the transport market**

The essence of marketing pricing policy, its functions and factors that affect it. Price value classification. Principles of marketing pricing. Stages of the pricing process. Features of formation of transport tariffs. Types of discounts in the system of transport tariffs. Tasks of marketers on the formation of demand for transportation.

**Topic 5. Marketing policy of communications on transport**

Goals and means of marketing communications policy. Characteristics of the process of marketing communications. Subjects and objects of marketing communications on transport. Communication model of transport marketing. Information and advertising in stimulating demand for transport services.

**Topic 6. The place and role of freight forwarding services**

The essence of transport - forwarding service. Basic concepts and definitions in the freight forwarding business. Types of freight forwarding services. Operating companies and their participation in the freight forwarding business.

**Topic 7. Development of marketing complex at transport enterprises**


Analysis of the transport market situation. Analysis of market opportunities of transport enterprises. Determination of transport security and accessibility. Features of development of a complex of marketing of the transport enterprises.

**Topic 8. The effectiveness of marketing activities on transport**

Economic efficiency of marketing activities that do not require capital investment. Methods for assessing the non-transport effect of marketing activities on transport. Methods of determining the cost-effectiveness of marketing activities that require additional investment. Determining the flow of funds and indicators of commercial efficiency of investment marketing. Examples for determining the commercial effectiveness of marketing activities in transport.

**2.3. Training schedule of the subject**

№	Topic	Academic Hours			
		Total	Lectures	Practicals	Self-Study
1	2	3	4	5	6
1.1	The essence of marketing and its features on transport	<b>3 semester</b>			
		<b>12</b>	2 2	2	6
1.2	Characteristics of modern transport marketing	<b>11</b>	2 2	2	5
1.3	Marketing research of transport services market	<b>11</b>	2 2	2	5
1.4	Marketing pricing on the transport market	<b>11</b>	2 2	2	5
1.5	Marketing policy of communications on transport	<b>11</b>	2 2	2	5
1.6	Place and role of freight forwarding services	<b>11</b>	2 2	2	5

	Quality Management System Course Training Program on «Fundamentals of Marketing on Transport»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03-03-2021
		Pages 7 з 9	

1.7	Development of marketing complex at transport enterprises	12	2 2	2	6
1.8	The effectiveness of marketing activities on transport	12	2 2	2 1	5
1.9	Homework	8	-	-	8
1.10	Module test №1	6	2	-	4
<b>Total for the module №1</b>		<b>105</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>54</b>
<b>Total for the subject</b>		<b>105</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>54</b>

#### 2.4. Homework.

In the third semester, students perform homework (HW) in accordance with methodical recommendations approved in the established order, with the aim of consolidating and deepening theoretical and practical knowledge and skills acquired in the process of assimilating the educational material of the discipline in the field of electronic marketing.

The specific purpose of the HW is to get an idea of the basics and features of transport marketing, research and segmentation of the transport services market.

In order to successfully complete the HW, the student must know the specifics of transport marketing, the complex of transport marketing, the specifics of a comprehensive study of the transport services market, and be able to segment the transport services market and determine the effectiveness of transport marketing activities.

Execution, registration and protection of the HW is carried out by the student individually in accordance with methodical recommendations.

The time required to complete the HW is up to 8 hours of independent work.

#### 2.5. List of questions for preparation to the Graded Test

The list of questions and the content of tasks for preparation for the Graded Test are developed by leading teachers and approved by the minutes of the department meeting and brought to the notice of students.

### 3. BASIC CONCEPTS OF GUIDANCE ON THE SUBJECT

#### 3.1. Teaching methods

The following teaching methods are used in the study of the discipline: word-spring (explanation, conversation, discussion, dialogue), explanatory-visual (demonstration, illustration), practical (problem solving, business games), partial search and research methods.

#### 3.2. List of references

##### Basic literature

3.2.1. Зоріна О.І., Волохов В.А., Волохов І.В., Дергоусова О.А., Сиволовська О.В., Мкртчян О.М, Гончаренко Д.С. Маркетинг транспортних послуг: навч. посібник. – Х.: Укр-ДАЗТ, 2018. – 305 с.

3.2.2. Аксьонов І.М., Ейтутіс Г.Д., Кравцов Є.П., Веприцький Р.С. Рязанцев А.В. та ін. Маркетинг транспортних послуг: навчальний посібник. – Ніжин, 2018. 263 с.


3.2.3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового: книга. – К.: КМ-Букс, 2018. – 208 с.

##### Additional literature

3.2.4. Смерічевський С.Ф. Михальченко І.Г. Особливості трансформації світового ринку авіаперевезень // Науковий вісник Ужгородського університету. – У: УНУ, 2015. – Вип. 2. – С. 29-37.

3.2.5. Тофанчук А.Т. Особливості сучасних маркетингових комунікацій в авіатранспортній сфері // Економічні студії: науково-практичний журнал. – Л.: Львівська економічна фундація, 2015. – Вип. 1. – С. 107-114.

3.2.6. Пономаренко І.В. Аналіз ринку авіаперевезень в Україні // Проблеми економіки. –

	Quality Management System Course Training Program on «Fundamentals of Marketing on Transport»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 03-2021
		Pages 8 з 9	

X: НДЦІПР НАН України, 2017. – Вип. 14. – С. 208-214.

### 3.3. Internet resources

3.3.1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3.3.2 Air transportation - statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/1707/air-transportation/>.

3.3.3. Кейс «Аналіз стратегій компаній на світовому ринку транспортних послуг». URL: [https://stud.com.ua/47717/marketing/keys\\_analiz\\_strategiy\\_kompaniy\\_svitovomu\\_rinku\\_transportnih\\_poslug](https://stud.com.ua/47717/marketing/keys_analiz_strategiy_kompaniy_svitovomu_rinku_transportnih_poslug).

## 4. RATING SYSTEM OF KNOWLEDGE AND SKILLS ASSESSMENT

4.1. Assessment of certain kinds of student academic work is carried out in accordance with table 4.1.

Table 4.1

Kind of Academic Activities	Max grade
<b>Module №1</b>	
<b>3 semester</b>	
Execution of test tasks during practical classes	27
Problem solving, answers to theoretical questions during classroom work in practical classes	27
Homework	10
Execution of creative and individual task	11
<i>For carrying out module test № 1, a student must receive not less than</i>	<i>45 points</i>
Module test №1	25
<b>Total for the module №1</b>	<b>100</b>
<b>Total for the subject</b>	<b>100</b>

**Credit graded rating** is determined (in points and on a national scale) based on the results of all types of educational work during the semester.

4.2. Executed kind of training is enrolled to student if he received for it a positive assessment of national scale.

4.3. A sum of a rating estimations got a student for the different types of the executed educational work presents a current module rating estimation that is brought to the list of module control.

4.4. In the case of graded test, the final semester rating is converted into a grade on the national scale and the ECTS scale.

4.5. Final Semester rating score entered into the record book and educational card student, for example: 92/Excel./A, 87/Very Good/B, 79/Good/C, 68/Satisf./D, 65/Sufficient/E etc.

4.6. Final rating score in points on discipline equals to total rating assessment for semester. Final rating score on discipline is entered to diploma Annex.