



**Силабус навчальної дисципліни  
«ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ НА ТРАНСПОРТІ»  
Освітньо-професійної програми  
«Промислове і цивільне будівництво»  
«Автомобільні дороги і аеродроми»  
Галузь знань: 19 «Архітектура та будівництво»  
Спеціальність: 192 «Будівництво та цивільна інженерія»**

<b>Рівень вищої освіти</b> (перший (бакалаврський), другий (магістерський))	Перший (бакалаврський)
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна (вибіркового) компонента ОП
<b>Курс</b>	3
<b>Семестр</b>	5
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4 кредита/120 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Студенти навчатимуться визначати компоненти комплексу маркетингу на транспорті, виявляти фактори оточуючого середовища, які впливають на процеси прийняття рішення споживачами та організаціями при виборі виду транспорту, будувати маркетинговий план просування транспортної продукції, інтерпретувати маркетингові дослідження ринку транспортних послуг.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Знаючи особливості проведення досліджень ринку транспортних послуг можна спрогнозувати галузеві тенденції та створити кращу цінність для споживачів.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	В результаті вивчення даної дисципліни студент зможе у свої подальшій практичній діяльності: - 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).
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	У результаті вивчення даної дисципліни студент має набути такі компетентності: – 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 (ІК); – здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3); – здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4);

	<p>– здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8);</p> <p>– здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК12);</p> <p>– здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (ФК7);</p> <p>– здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (ФК13);</p> <p>– 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).</p>
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b> сутність маркетингу та його особливості на транспорті, характеристика сучасного маркетингу на транспорті, маркетингові дослідження ринку транспортних послуг, маркетингове ціноутворення на транспортному ринку, маркетингова політика комунікацій на транспорті, місце і роль транспортно-експедиційного обслуговування, розробка комплексу маркетингу, ефективність маркетингових заходів на транспорті.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, практичні</p> <p><b>Методи навчання:</b> словесні, наочні, практичні методи; пояснювально-ілюстративний метод; евристичний, дослідницькі методи, метод кейсів.</p> <p><b>Форми навчання:</b> очна, заочна</p>
<b>Пререквізити</b>	Соціально-ринкові комунікації», «Маркетинг», «Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин».
<b>Пореквізити</b>	Маркетинг в авіації.
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Навчальна та наукова література:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Петропавловська С.Є., Пінчук Є.А., Скопінцев Ю.В. Організація маркетингових комунікацій в бізнес-процесах: підручник. - Б.: ПВНЗ «БІММ при МАУП», 2013.- 307 с.</li> <li>2. Смерічевська С.В., Маловичко С.В., Жаболенко М.В. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: навч. посібник. - Львів: «Магнолія 2006», 2013 – 535 с.</li> </ol>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>2 корпус, аудиторії теоретичного навчання (2.205, 2.201 та ін.)</p> <p>Навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу</p> <p>Обладнання: мультимедійне обладнання, комп'ютери з доступом до Інтернету</p> <p>Технології дистанційного навчання: платформи Google Classroom Google Meet</p>
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Диференційований залік, тестування, практичні завдання
<b>Кафедра</b>	Маркетингу
<b>Факультет</b>	Економіки та бізнес-адміністрування

<b>Викладач</b>		<b>Божок Анастасія Романівна</b> <b>Посада:</b> доцент <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук <b>Профайл викладача:</b> <b>Тел.:</b> +380(44) 406-77-43 <b>E-mail:</b> bozhok.anastasiya@npp.nau.edu.ua <b>Робоче місце:</b> 2.203
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	<p>Авторський курс: маркетинг на транспорті – це не тільки реалізація послуг з перевезень. Він створює цінність для споживачів та формує відносини з клієнтами. Цей курс надає можливість студентам дізнатися як приймати ефективні маркетингові рішення, включаючи оцінку маркетингових можливостей та розробку маркетингових стратегій на транспорті, ринково-орієнтоване планування маркетингової діяльності на транспорті, позиціонування транспортного продукту, ціноутворення, інтегровані комунікації на транспорті.</p>	
<b>Лінк на дисципліну</b>		