

КЛУБНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА МАРКЕТИНГ У КІНОЛОГІЇ

Кафедра ТВіПІТ та кінології Біолого-технологічний факультет

<i>Лектор</i>	Була Людмила Валер'янівна, к.с.-г.н., ст.викладач
<i>Семестр</i>	3
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	5
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	44 (22 год. лекцій, 22 год. лабораторних занять)

Загальний опис дисципліни

Дисципліна має за мету надати здобувачам знання з організації клубної діяльності та правових відносин у собаківництві, ознайомити з основними елементами маркетингу кінологічних послуг та товарів для собак. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент навчиться організовувати та управляти діяльністю кінологічних організацій, розробляти їх стратегію розвитку з урахуванням можливостей сучасних PR-технологій; організовувати виставки собак різного рангу; розробляти маркетинг-стратегії діяльності центрів з дресирування собак, фітнес-залів, грумінг салонів та готелів для собак; моделювати особистий бренд заводчика та формувати комплексну стратегію просування племінного розплідника на ринку племінного собаківництва.

Теми лекцій

1. Сучасний стан міжнародного та національного собаківництва.
2. Правове регулювання відносин управління у собаківництві
3. Суть і зміст маркетингу, його особливості у собаківництві.
4. Кінологічні організації, їх мета, структура і діяльність.
5. Виставки собак як невід'ємна частина шоу-бізнесу у собаківництві.
6. Особливості діяльності у сфері послуг з догляду та дресирування собак.
7. Зообізнес: виробництво та реалізація товарів для собак.
8. Маркетинг для бридерів.

Теми практичних занять

1. Аналізу ринку кінологічних послуг та продукції собаківництва.
2. Міжнародна Кінологічна Федерація: мета та задачі організації, структура організації та стратегії діяльності
3. Кінологічна Спілка України: мета та завдання, структура організації.
4. Розробка стратегії діяльності регіонального клубу собаківництва.
5. Особливості організації виставок собак різного рангу.
6. PR-технології у клубному собаківництві.
7. Розробка маркетинг-стратегії кінологічних центрів з надання послуг з дресирування та догляду за собаками.
8. Особливості маркетингу товарів для собак.
9. Розробка маркетинг стратегії просування племінного розплідника собак.