

# КЛУБНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА МАРКЕТИНГ У КІНОЛОГІЇ

Кафедра ТВіППТ та кінології  
Біолого-технологічний факультет

|                                |                                                                                        |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Лектор</i>                  | Була Людмила Валер'янівна, к.с.-г.н., доцент<br>Єгорченкова Софія Валеріївна, асистент |
| <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. практичних занять)                                         |

## Загальний опис дисципліни

Дисципліна має за мету надати здобувачам знання з організації клубної діяльності та правових відносин у собаководстві, 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 собаководства.

## Теми лекцій

1. Сучасний стан міжнародного та національного собаководства.
2. Правове регулювання відносин управління у собаководстві
3. Суть і зміст маркетингу, його особливості у собаководстві.
4. Кінологічні організації, їх мета, структура і діяльність.
5. Виставки собак як невід'ємна частина шоу-бізнесу у собаководстві.
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 собаководства.
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 собаководства.
5. Особливості організації виставок собак різного рангу.
6. PR-технології у клубному собаководстві.
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.