

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Владимирович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 06.07.2021 14:04:25

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204bc20fec58d577a1b983ee273ea27599d45aa8c272df0610c6e81

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Согласовано:

Председатель методической комиссии  
факультета ветеринарной  
медицины и зоотехнии

\_\_\_\_\_/Горбунова Н. П./

«13» мая 2021 года

Утверждаю:

Декан факультета ветеринарной  
медицины и зоотехнии

\_\_\_\_\_/Пармонова Н. Ю./

«14» мая 2021 года

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### ОП.07.03 МАРКЕТИНГ

Уровень ППССЗ: базовый

Специальность 35.02.15 Кинология

Форма обучения очная

Срок освоения ППССЗ: нормативный, 3 года 6 месяцев

Кафедра «Менеджмента и права»

## **1.1 Область применения программы**

Программа дисциплины «Маркетинг» является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 35.02.15 Кинология.

**1.2 Место дисциплины в структуре ППССЗ:** дисциплина (ОП.07.03) - «Маркетинг» входит в обязательную часть профессионального учебного цикла ППССЗ СПО по специальности 35.02.15 Кинология. Общепрофессиональные дисциплины.

## **1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

### **Уметь:**

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- Проводить экспертизу и бонитировку собак.
- Изучать рынок и конъюнктуру услуг в области кинологии.
- Участвовать в выработке мер по оптимизации процессов оказания услуг в области профессиональной деятельности.

### **Знать:**

- сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- как осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
- информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- как проводить экспертизу и бонитировку собак
  
- как изучать рынок и конъюнктуру услуг в области кинологии.
- как участвовать в выработке мер по оптимизации процессов оказания услуг в области профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

### **1.3.1 Общекультурные компетенции (ОК):**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов (команды) подчиненных, за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### **1.3.2 Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК 1.1. Обеспечивать уход за собаками с использованием необходимых средств и инвентаря.

ПК 1.2. Проводить кормление собак с учетом возраста, породы и видов служб.

ПК 1.3. Проводить выгул собак.

ПК 1.4. Под руководством ветеринарных специалистов участвовать в проведении противоэпизоотических мероприятий.

ПК 1.5. Выполнять лечебные назначения по указанию и под руководством ветеринарных специалистов.

ПК 2.1. Планировать опытно-селекционную работу.

ПК 2.2. Отбирать собак по результатам бонитировки для улучшения рабочих и породных качеств.

ПК 2.3. Закреплять желаемые рабочие и породные качества в последующих поколениях, в том числе с применением инбридинга и гетерозиса.

ПК 2.4. Применять технику и различные методы разведения собак

ПК 2.5. Ухаживать за молодняком.

ПК 3.1. Готовить собак по общему курсу дрессировки.

ПК 3.2. Готовить собак по породам и видам служб.

ПК 3.3. Проводить подготовку собак по специальным курсам дрессировки.

ПК 3.4. Проводить прикладную подготовку собак.

ПК 3.5. Проводить тестирование собак по итогам подготовки.

ПК 3.6. Использовать собак в различных видах служб.

ПК 4.1. Организовывать и проводить испытания собак.

ПК 4.2. Организовывать и проводить соревнования собак.

ПК 4.3. Проводить экспертизу и бонитировку собак.

ПК 5.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности по оказанию услуг в области кинологии.

ПК 5.2. Планировать выполнение работ исполнителями

ПК 5.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 5.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 5.5. Изучать рынок и конъюнктуру услуг в области кинологии.

ПК 5.6. Участвовать в выработке мер по оптимизации процессов оказания услуг в области профессиональной деятельности.

ПК 5.7. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию

### **1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 28 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 16 часов;

самостоятельной работы обучающегося 12 часов.

Форма промежуточной аттестации: Зачет

**2 Краткое содержание дисциплины:** Предмет и задачи дисциплины. История маркетинга. Структура дисциплины. Основы современного маркетинга. Основные концепции развития маркетинга. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования. Продвижение товара.

