

21-174

ДУБЛЕТ

Профессиональное образование

О. Н. Синицына

МАРКЕТИНГ ЛАНДШАФТНЫХ УСЛУГ

Учебник

Профессиональный модуль
Ведение работ по садово-парковому
и ландшафтному строительству

21-00175



ACADEM'A

О.Н.СИНИЦЫНА

МАРКЕТИНГ ЛАНДШАФТНЫХ УСЛУГ

УЧЕБНИК

*Рекомендуется
Федеральным УМО по сельскому, лесному и рыбному хозяйству
для использования в учебном процессе для формирования
профессиональных компетенций при подготовке
специалистов среднего звена по специальности
«Садово-парковое и ландшафтное строительство»
ПМ.02 «Ведение работ по садово-парковому
и ландшафтному строительству»,
МДК.02.03 «Маркетинг ландшафтных услуг»
в качестве учебника*



Москва
Издательский центр «Академия»
2021

УДК 339.139:712(075.32)
ББК 65.290-2:85.118.7я723
С384

Рецензент —

зав. кафедрой РГАТУ им. П. А. Костычева, д-р биол. наук **Д. В. Виноградов**

Синицына О. Н.

С384 Маркетинг ландшафтных услуг : учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / О. Н. Синицына. — М. : Издательский центр «Академия», 2021. — 160 с.
ISBN 978-5-4468-9605-9

Учебник подготовлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности «Садово-парковое и ландшафтное строительство»; ПМ.02 «Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству», МДК.02.03 «Маркетинг ландшафтных услуг».

В учебнике изложены теоретические и методические аспекты маркетинга ландшафтных услуг. Приведены основы организации маркетинговой деятельности предприятия сферы ландшафтных услуг на современном этапе, инструменты и методы повышения его конкурентоспособности.

Для студентов учреждений среднего профессионального образования.

УДК 339.139:712(075.32)
ББК 65.290-2:85.118.7я723

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

ISBN 978-5-4468-9605-9

- © Синицына О. Н., 2021
- © Образовательно-издательский центр «Академия», 2021
- © Оформление. Издательский центр «Академия», 2021

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы маркетинга	6
1.1. Цели и задачи маркетинга.....	6
1.2. Виды маркетинга	7
1.3. Концепции маркетинга и их эволюция	9
1.4. Принципы и функции маркетинга	13
Глава 2. Отраслевой маркетинг и система маркетинговых исследований в области ландшафтных услуг.....	17
2.1. Маркетинговые исследования и алгоритм их проведения. Качество услуг и удовлетворенность потребителей.....	17
2.2. Методы маркетингового анализа на рынке ландшафтных услуг. Маркетинговые модели	36
2.3. Маркетинговые коммуникации на рынке ландшафтных услуг. Концепции управления маркетингом услуг	58
2.4. Маркетинговое прогнозирование. Развитие рынка ландшафтных услуг.....	70
Глава 3. Товарная, ценовая, сбытовая политика в области ландшафтных услуг	78
3.1. Жизненный цикл товара (услуги).....	78
3.2. Сегментирование рынка ландшафтных услуг.....	81
3.3. Методология определения уровня цен на рынке ландшафтных услуг.....	93
3.4. Виды цен и их использование в ценовой политике.....	102
3.5. Ценовые стратегии рынка ландшафтных услуг.....	106
3.6. Задачи сбыта и сбытовой политики на рынке ландшафтных услуг.....	111
Глава 4. Организация рекламной деятельности по продвижению ландшафтных услуг	124
4.1. Проектирование рекламного продукта и организация рекламной кампании отрасли.....	124

4.2. Технология создания рекламного продукта. Разработка рекламного текста, фирменного стиля и товарных знаков.....	136
4.3 Анализ эффективности и рентабельности рекламной деятельности в сфере садово-паркового строительства и ландшафтных услуг	138
Список литературы.....	155