# МАРКЕТИНГ В ЖКХ

## НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ:

**Астратова Галина Владимировна**

Доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики жилищного, коммунального хозяйства и энергетики УрГЭУ, профессиональный эксперт, член-корреспондент Академии менеджмента в образовании и культуре, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, основатель научной школы «Теория, методология и практика маркетинга и маркетинговых исследований» (РАЕН, 2013), Member of European Association of International Education (EAIE), Member of American Marketing Association (AMA), Член Российской Гильдии Маркетологов.

## ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ

Формирование профессиональных компетенций в области управления маркетинговой деятельностью, закрепление умений в следующих сферах:

- организация маркетинговой инфраструктуры отрасли;
- создание эффективной системы управления маркетингом и поведением потребителей услуг ЖКХ;
- проведение малобюджетных исследований отраслевого рынка;
- разработка концепции продвижения услуг ЖКХ.

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Муниципальные служащие; работники органов государственной власти; руководители товариществ собственников жилья, управляющих компаний многоквартирных домов и загородной недвижимости; специалисты и менеджеры по продажам, рекламе и маркетингу ЖКХ.

Программа рассчитана на слушателей, имеющих высшее образование.

## ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРОГРАММЫ

72 часа (с применением дистанционных технологий).

## ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- Современное содержание понятия «маркетинг». Особенности маркетинга в сфере ЖКХ.
- Потребитель услуг ЖКХ – ключевой объект согласования интересов в системе маркетинга ЖКХ. Особенности поведения потребителей отраслевых товаров/услуг – физических и юридических лиц.
- Маркетинговые исследования (МИ) на рынке ЖКХ. Малобюджетные МИ на рынке услуг ЖКХ.
- Комплекс маркетинга ЖКХ. Особенности товара, цены, распределения, продвижения и сбыта услуг ЖКХ.
- Продвижение услуг ЖКХ. Маркетинговые решения по коммуникациям. Разработка малобюджетного продвижения.
- Особенности управления в ЖКХ. Маркетинговые войны и стратегический маркетинг на рынке товаров/услуг ЖКХ.
- Психолого-управленческие аспекты взаимоотношений собственников и управляющих организаций.
- Пути снижения издержек на маркетинг и повышения эффективности маркетинговых мероприятий.