

Хлебович Д. И.

Сфера услуг: маркетинг: учебное пособие / Д. И. Хлебович ; под ред. Т. Д. Бурменко. - М.: КНОРУС, 2007.- 240 с.

Учебное пособие - «Сфера услуг: маркетинг» входит в учебный комплекс «Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг». В этом пособии рассматриваются вопросы, связанные с маркетингом в сфере услуг.

Анализируются концепция маркетинга услуг, покупательское поведение и покупательские риски, этапы, характеристики и результаты процесса предоставления услуг, а также вопросы качества и стандарты обслуживания в сфере сервиса. Раскрыты сущность сервисных услуг и их классификация, порядок формирования цены на услуги, подходы к построению каналов распределения услуг и структура комплекса продвижения услуг. Большой материал посвящен внутреннему маркетингу и связанным с ним вопросам.

Для студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей вузов, работников сферы услуг, а также для всех, кто интересуется маркетингом услуг.

Содержание

Предисловие

**ТЕМА 1. СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА УСЛУГ
МАРКЕТИНГОВОЕ ПОНИМАНИЕ УСЛУГИ**

**ТЕМА 2. ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ
РИСКИ В ИНДУСТРИИ СЕРВИСА**

**ТЕМА 3. КЛИЕНТСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ, ЕЕ СУЩНОСТЬ,
ФОРМИРОВАНИЕ, ИЗМЕРЕНИЕ. МАРКЕТИНГ
ВЗАИМООТНОШЕНИЙ**

**ТЕМА 4. КАЧЕСТВО В ИНДУСТРИИ УСЛУГ И СТАНДАРТЫ
ОБСЛУЖИВАНИЯ**

ТЕМА 5. ПРОЦЕСС ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГИ

**ТЕМА 6. СУЩНОСТЬ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ И ИХ
КЛАССИФИКАЦИЯ**

ТЕМА 7. ЦЕНА И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА УСЛУГИ

ТЕМА 8. КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ УСЛУГ

**ТЕМА 9. ПРОДВИЖЕНИЕ В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА
СФЕРЫ УСЛУГ**

**ТЕМА 10. ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
СФЕРЫ УСЛУГ**

ТЕМА 11. МАРОЧНАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ УСЛУГ