

Тультаев Т.А.  
**Маркетинг услуг: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 208 с.**  
**(Высшее образование).**

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА 1	
СФЕРА УСЛУГ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ .....	6
1.1. Понятие и общая характеристика товара .....	6
1.2. Услуга и ее роль в современной экономике .....	8
1.3. Основные характеристики услуг .....	11
1.4. Классификация услуг .....	15
1.5. Жизненный цикл услуги .....	19
1.6. Специфика маркетинга услуг и его принципиальные отличия от маркетинга продукта .....	21
1.7. Особенности рынка услуг .....	24
ГЛАВА 2	
МАРКЕТИНГ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ .....	26
2.1. Понятие и виды сервисных услуг .....	26
2.2. Услуги сервиса и их классификация .....	28
2.3. Маркетинговые подходы к организации сервисного обслуживания .....	31
ГЛАВА 3	
МАРКЕТИНГ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ .....	37
3.1. Особенности и классификация транспортных услуг .....	37
3.2. Транспортные тарифы .....	40
3.3. Маркетинговые стратегии развития транспортных услуг .....	41
ГЛАВА 4	
ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА .....	54
4.1. Понятие и сущность индустрии гостеприимства .....	54
4.2. Структура сферы гостеприимства .....	56
4.3. Понятие «НояСа» и его структурные составляющие .....	58
4.4. Исторические особенности и тенденции развития индустрии гостеприимства в России и за рубежом .....	60
4.5. Организация маркетинговой политики в сфере услуг гостеприимства .....	64
ГЛАВА 5	
МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ И ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ .....	73
5.1. Понятие и классификация туристских услуг .....	73
5.2. Классификация видов туризма .....	78
5.3. Специфика маркетинга услуг туризма .....	79
5.4. Понятие и виды экскурсионного обслуживания .....	81
5.5. Классификация экскурсий .....	83
5.6. Возможности маркетинга при совершенствовании процесса	

ГЛАВА6	
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ.....	91
6.1. Понятие и сущность гостиничного бизнеса.....	91
6.2. Этапы развития рынка гостиничных услуг.....	96
6.3. Особенности и тенденции развития гостиничного бизнеса в России.....	98
6.4. Возможности маркетинга в системе управления предприятиями гостиничной сферы деятельности.....	106
ГЛАВА7	
МАРКЕТИНГ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ.....	114
7.1. Исторические аспекты развития ресторанного дела.....	114
7.2. Ресторанный бизнес: общие понятия и классификация.....	119
7.3. Особенности функционирования отечественного рынка ресторанных услуг.....	123
7.4. Организация маркетинговой политики на предприятиях ресторанного бизнеса.....	130
7.5. Применение инструментов маркетинга в развитии ресторанного бизнеса (на примере предприятий быстрого питания).....	145
ГЛАВА8	
МАРКЕТИНГ АУДИТОРСКО-КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ.....	150
8.1. Понятие и сущность аудита и аудиторской деятельности.....	150
8.2. Порядок проведения аудиторской проверки.....	155
8.3. Этапы маркетинга аудиторских услуг.....	157
8.4. Особенности маркетинга консалтинговых услуг.....	163
ГЛАВА9	
МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ.....	171
9.1. Анализ маркетинговой деятельности в банковской сфере.....	171
9.2. Направления и возможности использования Интернета в банковском маркетинге.....	177
9.3. Интернет-банкинг и интернет-трейдинг как инструменты маркетинга при продвижении банковских услуг на рынок.....	179
Список литературы.....	186
Бюссарий.....	189