

**Восколович, Н. А.**

Экономика платных услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 410 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

## Оглавление

<b>Введение ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИКИ ПЛАТНЫХ УСЛУГ.....</b>	<b>7</b>
--	----------

### **Раздел I. Экономические основы сферы услуг**

<b>Глава 1. Сфера услуг в современной экономике.....</b>	<b>15</b>
--	-----------

1.1. Природа и сущность услуги.....	15
1.2. Эволюция сферы услуг в Российской Федерации.....	24
1.3. Классификация видов деятельности в сфере услуг.....	35
1.4. Макроэкономические показатели деятельности в сфере услуг.....	43
<i>Основные понятия.....</i>	<i>48</i>
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	<i>48</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>48</i>
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	<i>49</i>

<b>Глава 2. Рынок услуг в условиях глобализации.....</b>	<b>50</b>
--	-----------

2.1. Особенности предпринимательской деятельности на рынке услуг.....	50
2.2. Специфика взаимодействия рынка услуг и рынков первичных ресурсов.....	58
2.3. Государственное регулирование, его сущность и специфика на рынке услуг.....	66
2.4. Особенности саморегулирования в сфере услуг.....	73
2.5. Либерализация сферы услуг.....	85
<i>Основные понятия.....</i>	<i>93</i>
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	<i>94</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>94</i>
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	<i>94</i>

<b>Глава 3. Маркетинг услуг.....</b>	<b>96</b>
--------------------------------------	-----------

3.1. Специфика маркетинга услуг.....	96
3.2. Участие потребителя в сервисном процессе.....	103
3.3. Особенности поведения потребителей на рынке услуг.....	105
3.4. Специфика формирования доступности платных потребительских услуг.....	110
3.5. Формирование целевой аудитории потребителей.....	116
3.6. Позиционирование услуг.....	119
3.7. Формирование каналов сбыта услуг.....	126
3.8. Маркетинг экспорта услуг.....	131

<i>Основные понятия</i> .....	137
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	137
<i>Задания для самостоятельной работы</i> .....	138
<i>Рекомендуемая литература</i> .....	139

## **Раздел II. Деловые услуги**

<b>Глава 4. Деловые услуги, их сущность, специфика и классификация</b> .....	<b>143</b>
<b>Глава 5. Аудиторские и консалтинговые услуги</b> .....	<b>150</b>
5.1. Специфика аудиторских и консалтинговых услуг.....	150
5.2. Классификация аудиторских и консалтинговых услуг.....	154
5.3. Специфика российского рынка аудиторских и консалтинговых услуг.....	160
5.4. Рыночная стратегия аудиторских и консалтинговых компаний.....	168
<i>Основные понятия</i> .....	172
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	172
<i>Задания для самостоятельной работы</i> .....	173
<i>Рекомендуемая литература</i> .....	173
<b>Глава 6. Информационные услуги</b> .....	<b>174</b>
6.1. Сущность и специфика информационных услуг.....	174
6.2. Особенности классификации информационных услуг.....	182
6.3. Специфика рынка информационных услуг.....	189
6.4. Государственное регулирование развития информационных услуг.....	191
6.5. Особенности маркетинга как инструмента формирования рынка информационных услуг.....	198
<i>Основные понятия</i> .....	203
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	203
<i>Задания для самостоятельной работы</i> .....	203
<i>Рекомендуемая литература</i> .....	203
<b>Глава 7. Деловые услуги маркетинга</b> .....	<b>204</b>
7.1. Сущность и специфика деловых услуг маркетинга.....	204
7.2. Классификация деловых маркетинговых услуг.....	207
7.3. Особенности российского рынка деловых маркетинговых услуг.....	214
<i>Основные понятия</i> .....	217
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	217
<i>Задания для самостоятельной работы</i> .....	217
<i>Рекомендуемая литература</i> .....	217
<b>Глава 8. Услуги по связям с общественностью</b> .....	<b>218</b>
8.1. Специфика услуг по связям с общественностью.....	218
8.2. Особенности рынка услуг по связям с общественностью.....	223
<i>Основные понятия</i> .....	224
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	224
<i>Задания для самостоятельной работы</i> .....	224
<i>Рекомендуемая литература</i> .....	225

<b>Глава 9. Услуги на рынке недвижимости.....</b>	<b>226</b>
9.1. Специфика услуг на рынке недвижимости и их классификация.....	226
9.2. Особенности рынка недвижимости.....	232
9.3. Зарубежный опыт регулирования рынка недвижимости.....	238
<i>Основные понятия.....</i>	<i>247</i>
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	<i>247</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>247</i>
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	<i>247</i>

### **Раздел III. Услуги здравоохранения**

<b>Глава 10. Платные медицинские услуги.....</b>	<b>251</b>
10.1. Особенности социально-экономической природы медицинских услуг. Специфика услуг и продукции стоматологии.....	253
10.2. Особенности функционирования платного сектора стоматологических услуг.....	256
10.3. Маркетинг в сфере стоматологической помощи.....	264
<i>Основные понятия.....</i>	<i>271</i>
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	<i>271</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>272</i>
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	<i>272</i>

### **Раздел IV. Досуговые услуги**

<b>Глава 11. Услуги культуры и искусства.....</b>	<b>275</b>
11.1. Сущность и специфика услуг культуры и искусства.....	275
11.2. Особенности рынка услуг культуры и искусства.....	278
11.3. Маркетинг некоммерческих организаций в сфере культуры и искусства.....	282
<i>Основные понятия.....</i>	<i>286</i>
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	<i>286</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>287</i>
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	<i>287</i>
<b>Глава 12. Услуги туризма.....</b>	<b>288</b>
12.1. Сущность и специфика услуг туризма.....	288
12.2. Особенности рынка туристских услуг.....	299
12.3. Маркетинг услуг туризма.....	303
12.4. Минимизация рисков туристских услуг.....	308
<i>Основные понятия.....</i>	<i>317</i>
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	<i>317</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>319</i>
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	<i>320</i>
<b>Глава 13. Услуги физкультуры и спорта.....</b>	<b>322</b>
13.1. Специфика сферы физкультуры и спорта.....	322
13.2. Классификация услуг физкультуры и спорта.....	326
13.3. Особенности развития спорта в России и за рубежом.....	331
13.4. Рынок спортивных услуг.....	340

13.5. Маркетинг спортивных услуг и спортивно-зрелищных мероприятий.....	346
<i>Основные понятия.....</i>	351
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	351
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	352
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	353

## **Раздел V. Услуги торговли и внедомашнего питания**

<b>Глава 14. Услуги розничной и оптовой торговли.....</b>	<b>357</b>
14.1. Сущность и специфика услуг розничной и оптовой торговли.....	357
14.2. Классификация видов торговых предприятий.....	363
14.3. Макроэкономические и микроэкономические показатели состояния и динамики розничной и оптовой торговли.....	369
14.4. Особенности развития потребительского рынка.....	376
14.5. Специфика маркетинга на потребительском рынке.....	385
14.6. Анализ качества торгового обслуживания.....	389
<i>Основные понятия.....</i>	395
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	395
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	396
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	396
<b>Глава 15. Услуги внедомашнего питания.....</b>	<b>397</b>
15.1. Внедомашнее питание и специфика его услуг.....	397
15.2. Особенности рынка продукции и услуг внедомашнего питания. . . .	401
<i>Основные понятия.....</i>	405
<i>Вопросы для обсуждения.....</i>	405
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	405
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	405
<b>Дополнительная рекомендуемая литература.....</b>	<b>406</b>
<b>Новые издания по дисциплине «Маркетинг» и смежным дисциплинам.....</b>	<b>408</b>