

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
<b>Глава 1. РЫНОК УСЛУГ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ .....</b>	<b>6</b>
1.1. Роль сферы услуг в экономике .....	6
1.2. Сущность и специфика услуг .....	9
1.3. Классификация услуг .....	15
1.4. Услуга как процесс. Классификация сервисных процессов .....	18
<b>Глава 2. СИСТЕМА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ .....</b>	<b>27</b>
2.1. Комплекс маркетинга для сферы услуг .....	27
2.2. Обслуживание как система .....	38
2.3. Управление контактами в системе обслуживания .....	42
<b>Глава 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РЫНКЕ УСЛУГ ...</b>	<b>52</b>
3.1. Процесс маркетинговых исследований на рынке услуг .....	52
3.2. Методы сбора и анализа информации на рынке услуг .....	57
3.3. Применение маркетинговых исследований для повышения качества и производительности сервисных процессов .....	60
<b>Глава 4. ФОРМИРОВАНИЕ УСЛУГИ НА РЫНКЕ .....</b>	<b>68</b>
4.1. Сегментация и выбор целевых потребителей в сфере услуг .....	68
4.2. Этапы разработки стратегии позиционирования услуг .....	73
4.3. Планирование и создание услуг .....	77
4.4. Идентификация и классификация дополнительных услуг .....	81
<b>Глава 5. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ УСЛУГ .....</b>	<b>89</b>
5.1. Стоимость услуг с точки зрения потребителей .....	89
5.2. Особенности ценообразования в сервисной сфере .....	91
5.3. Основы ценовой стратегии в сфере услуг .....	95
<b>Глава 6. КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ УСЛУГ. ...</b>	<b>100</b>
6.1. Различия коммуникационных стратегий для услуг и товаров .....	100
6.2. Этапы разработки программы маркетинговых коммуникаций в сфере услуг .....	105
6.3. Комплекс маркетинговых коммуникаций в сфере услуг .....	108
<b>Глава 7. МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ .....</b>	<b>120</b>
7.1. Сущность и специфика туристского продукта .....	120
7.2. Сегментация рынка туристских услуг и их позиционирование .....	122
7.3. Комплекс маркетинга для сферы туристских услуг .....	126

<b>Глава 8. МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ.</b> . . . . .	135
8.1. Сущность и специфика гостиничных услуг . . . . .	135
8.2. Сегментация рынка гостиничных услуг и их позиционирование . . .	139
8.3. Комплекс маркетинга для сферы гостиничных услуг . . . . .	144
<b>Глава 9. МАРКЕТИНГ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ.</b> . . . . .	152
9.1. Сущность и специфика информационных услуг . . . . .	152
9.2. Сегментация рынка информационных услуг и их позиционирование . . . . .	157
9.3. Комплекс маркетинга для сферы информационных услуг . . . . .	161
<b>Глава 10. МАРКЕТИНГ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ.</b> . . . . .	168
10.1. Сущность и специфика транспортных услуг . . . . .	168
10.2. Сегментация рынка транспортных услуг и их позиционирование. . .	171
10.3. Комплекс маркетинга для сферы транспортных услуг. . . . .	175
<b>Глава 11. МАРКЕТИНГ СТРАХОВЫХ УСЛУГ.</b> . . . . .	181
11.1. Сущность и специфика страховых услуг и страхового маркетинга . .	181
11.2. Сегментация рынка страховых услуг и их позиционирование . . . .	185
11.3. Комплекс маркетинга для сферы страховых услуг . . . . .	189
<b>Глава 12. МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ.</b> . . . . .	195
12.1. Сущность и специфика банковских услуг и маркетинга в банке . . .	195
12.2. Сегментация рынка банковских услуг и их позиционирование. . . .	199
12.3. Комплекс маркетинга для сферы банковских услуг. . . . .	201
<b>Глава 13. МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ.</b> . . . . .	207
13.1. Сущность и специфика образовательных услуг . . . . .	207
13.2. Сегментация рынка образовательных услуг и их позиционирование . . . . .	212
13.3. Комплекс маркетинга для сферы образовательных услуг. . . . .	215
<b>ЛИТЕРАТУРА</b> . . . . .	221



Библиотека ВГУ

