

УДК 339.13
ББК 65.42
С38

Авторы:

И. М. Синяева — аннотация, предисловие, гл. 1, 5; *В. В. Синяев* — гл. 2, 4;
О. Н. Романенкова — гл. 3, 6, 7, 8.

Рецензенты:

И. Э. Сейфулаева – доктор экономических наук, профессор;
А. В. Коротков – доктор экономических наук, профессор.

Синяева И. М.

С38

Маркетинг услуг: Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — 5-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. — 250 с.

ISBN 978-5-394-04575-2

В учебнике даны разделы, посвященные маркетингу коммерческих услуг как комплексной системе, основанной на единстве внешнего и внутреннего маркетинга.

Раскрывается содержание стратегии управления сферой обслуживания с выделением значения качества услуги, ее организационного механизма и экономической целесообразности использования. Даны комплексные оценки эффективности услуги с выделением значения показателя социально-деловой активности и корпоративной ответственности за результаты труда перед обществом.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело», а также магистров, коммерсантов, рекламистов и практиков-предпринимателей.



9 785394 045752 >

Подписано в печать 10.07.2021. Формат 60×88 1/16.
 Бумага газетная. Печ. л. 15,75. Тираж 100 экз.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
 129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732
 Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 182-01-58

E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
 office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

ISBN 978-5-394-04575-2

© Синяева И. М., Романенкова О. Н.,
 Синяев В. В., 2013

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	5
Г л а в а 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ УСЛУГ	9
1.1. Маркетинг в коммерческой системе услуг	9
1.2. Принципы, подходы и методы исследования сферы коммерческих услуг	20
1.3. Концепция управления маркетингом коммерческих услуг	33
Выводы.....	41
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	43
Г л а в а 2. АУТСОРСИНГ – СТРАТЕГИЯ КОММЕРЧЕСКОГО УСПЕХА	46
2.1. Сфера услуг, классификационные признаки и принципы аутсорсинга	46
2.2. Организационный механизм услуг аутсорсинга	58
2.3. Социальная ориентация и экономическое обоснование бизнес-проекта на услугу аутсорсинга	63
Выводы.....	75
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	76
Г л а в а 3. УСЛУГИ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	80
3.1. Услуги розничных предприятий	80
3.2. Потребительская ценность услуги розничной торговли.....	85
3.3. Услуги мерчандайзинга	87
Выводы.....	92
Контрольные вопросы, задания, тесты	93
Г л а в а 4. УСЛУГИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	95
4.1. Содержание и развитие ИТ-услуг.....	95
4.2. Инфраструктурная обеспеченность информационных услуг	107
4.3. Маркетинговые технологии управления сферой информационных услуг	116

Выводы.....	120
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	122
Глава 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ	127
5.1. Механизм управленческих решений по продвижению корпоративных услуг интеллектуального продукта.....	127
5.2. Концепция маркетинга инновационных услуг.....	140
5.3. Услуги в сфере интеллектуальной собственности.....	149
Выводы.....	155
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	156
Глава 6. УСЛУГИ МАСС-МЕДИА.....	159
6.1. Содержание масс-медиа	159
6.2. Услуги рекламных агентств.....	166
6.3. Планирование услуг масс-медиа.....	179
6.4. Рынок PR-услуг.....	180
Выводы.....	188
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	190
Глава 7. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ТУРИЗМА И СЕРВИСА.....	192
7.1. Теоретические основы организации маркетинга в индустрии туризма и сервиса	192
7.2. Виды туристских и сервисных услуг.....	198
7.3. Формирование фирменного стиля туроператора.....	218
Выводы.....	219
Контрольные вопросы, задания, тесты.....	220
Глава 8. ПРОВАЙДЕРСКИЕ УСЛУГИ.....	224
8.1. Услуги логистических провайдеров	224
8.2. Услуги интернет-провайдеров	237
Выводы.....	243
Контрольные вопросы, задания, тесты	244
Литература.....	247