

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Л. В. Клименко**

# **МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ УСЛУГ**

*Учебное пособие*

Ростов-на-Дону – Таганрог  
Издательство Южного федерального университета  
2019

УДК 339.138:338.46(075.8)  
ББК 65.290-2я73  
К49

**Рецензенты:**

доктор экономических наук, профессор кафедры  
мировой экономики и международных отношений  
Южного федерального университета *А. Ю. Архипов*;

кандидат психологических наук,  
директор ООО «Хьюмен Факторз Ростов» (Human Factors Group)  
*Е. Х.-М. Агнаева*

**Клименко, Л. В.**

К49      Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие / Л. В. Клименко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. – 110 с.

ISBN 978-5-9275-3130-1

В учебном пособии рассматривается комплекс вопросов маркетингового обеспечения бизнеса. Затрагиваются вопросы специфики маркетинга в сфере услуг, характеризуются основные сложившиеся модели маркетинга услуг. Описываются принципы и подходы маркетинговых исследований в сфере услуг и анализируются результаты маркетинговых исследований удовлетворенности клиентов и потребительской лояльности.

Предназначено для студентов, обучающихся по укрупненным группам направлений 38.00.00 «Экономика и управление» и 43.03.00 «Сервис, туризм и гостиничное дело».

УДК 339.138:338.46(075.8)  
ББК 65.290-2я73

ISBN 978-5-9275-3130-1

© Южный федеральный университет, 2019  
© Клименко Л. В., 2019  
© Оформление. Макет. Издательство  
Южного федерального университета, 2019

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 1. Маркетинг в сфере услуг: специфика и модели .....</b>	<b>5</b>
1.1. Маркетинговая ориентация бизнеса .....	5
1.2. Специфика маркетинга в сфере услуг .....	12
1.3. Модели маркетинга услуг .....	19
<b>Раздел 2. Маркетинговые исследования в сфере услуг .....</b>	<b>37</b>
2.1. Объекты, методы и процедуры маркетинговых исследований.....	37
2.2. Опросные методы: количественная и качественная стратегии маркетинговых исследований.....	45
2.3. Неопросные методы и mix-методики маркетинговых исследований сферы услуг .....	61
<b>Раздел 3. Удовлетворенность клиентов и потребительская лояльность: кейсы маркетинговых исследований.....</b>	<b>69</b>
3.1. Опросные методы при изучении качества работы бизнеса в сфере услуг .....	69
3.2. Метод тайного покупателя в оценке качества обслуживания на региональном рынке HoReCa.....	96
<b>Список использованной литературы .....</b>	<b>107</b>