

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 Фэкторз 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

Введение	4
Раздел 1. Маркетинг в сфере услуг: специфика и модели	5
1.1. Маркетинговая ориентация бизнеса	5
1.2. Специфика маркетинга в сфере услуг.....	12
1.3. Модели маркетинга услуг.....	19
Раздел 2. Маркетинговые исследования в сфере услуг	37
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
Раздел 3. Удовлетворенность клиентов и потребительская лояльность: кейсы маркетинговых исследований	69
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
Список использованной литературы	107