

М.А. Слонимская
Г.А. Яшева
Ю.Г. Вайлунова

Доступный МАРКЕТИНГ: рынок услуг

 МИНСК
«ВЫШЭЙШАЯ ШКОЛА»
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. РЫНОК УСЛУГ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	6
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
Глава 2. СИСТЕМА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ	27
2.1. Комплекс маркетинга для сферы услуг	27
2.2. Обслуживание как система	38
2.3. Управление контактами в системе обслуживания	42
Глава 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РЫНКЕ УСЛУГ ...	52
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
Глава 4. ФОРМИРОВАНИЕ УСЛУГИ НА РЫНКЕ.....	68
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
Глава 5. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ УСЛУГ.	89
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
Глава 6. КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ УСЛУГ.	100
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
Глава 7. МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ	120
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

Глава 8. МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ	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
Глава 9. МАРКЕТИНГ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ	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
Глава 10. МАРКЕТИНГ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ	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
Глава 11. МАРКЕТИНГ СТРАХОВЫХ УСЛУГ	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
Глава 12. МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ	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
Глава 13. МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	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
ЛИТЕРАТУРА	221