

УДК 658.8.012.12(075.8)  
ББК 65.291.31я73-1  
В19

А в т о р ы:

*Г.А. Васильев, Е.М. Деева, М.А. Ельчанинов*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,  
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,  
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

**Васильев, Геннадий Анатольевич.**

**В19** Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг:  
учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специаль-  
ностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Ва-  
сильев, Е.М. Деева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 192 с.

**И. Деева, Елена Михайловна.**

ISBN 978-5-238-01578-1

Агентство СІР РГБ

В учебном пособии большое внимание уделяется анализу рынка ус-  
луг, особенностям его развития. Анализируются концепция маркетинга  
услуг, основные его компоненты, покупательское поведение, маркетин-  
говые технологии. Раскрываются сущность и специфика управления ка-  
чеством сервисных продуктов, описываются детерминанты дифференциа-  
ции сервисных продуктов, особенности формирования и имиджа услуг.

Для студентов, магистрантов, аспирантов, работников сферы.

**ББК 65.291.31я73-1**

ISBN 978-5-238-01578-1

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2009

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания.  
Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-  
либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения  
издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2009

# Оглавление

---

Введение	3
Глава 1. Рынок услуг — экономическая основа маркетинга услуг	5
1.1. Услуга как объект	5
1.2. Факторы развития рынка услуг	22
Контрольные вопросы	45
Глава 2. Социально-экономическая сущность и содержание системы маркетинга услуг	46
2.1. Система маркетинга услуг	46
2.2. Основные компоненты маркетинга услуг	79
Контрольные вопросы	88
Глава 3. Управление качеством сервисных продуктов	89
3.1. Специфика управления качеством сервисных продуктов	89
3.2. Маркетинговые технологии формирования стратегий	123
Контрольные вопросы	138
Глава 4. Детерминанты дифференциации сервисных продуктов	139
4.1. Инновационная составляющая сервисных продуктовых предложений	139
4.2. Особенности формирования имиджа услуг	145
Контрольные вопросы	150
Библиографический список	151
Глоссарий	154
Приложения	183