



Тультаев Т. А.

Маркетинг услуг: Учебник. – М.: ИНФРА-М. 2017. – 208 с. – (Высшее образование).

ISBN 978-5-16-005021-8

С началом экономических преобразований и формированием рыночной экономики в России, на фоне интенсивного развития нематериального производства, рынок услуг прочно выделился в масштабную сферу деятельности, привлекательную для отечественных и зарубежных инвестиций.

Совершенствование управления непроизводственной сферой и функционирующего в ее рамках рынка услуг требует внедрения современных методов и приемов, позволяющих обеспечить удовлетворение потребностей человека, социальных групп и общества в целом с учетом рационального использования имеющихся ресурсов. Одним из таких перспективных методов по праву считается маркетинг.

Целью курса «Маркетинг услуг» является ознакомление студентов с научными основами разработки маркетинговой политики и практическими аспектами ее применения в непроизводственной сфере.

Учебный курс «Маркетинг услуг» позволяет получить представление не только о теоретических особенностях маркетинговой деятельности предприятий и организаций, но и сформировать представление о практическом применении основных инструментов маркетинга на рынке.