

## ИНФОРМАЦИЯ О ПУБЛИКАЦИИ

РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС  
НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ

Science Index

ИНСТРУМЕНТ



 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ  
БИБЛИОТЕКА


## КОРЗИНА

Всего в  
корзине: **0** публ.  
на сумму: **0** руб.

 [Содержание  
корзины](#)

## ПОИСК

Найти

[Расширенный  
поиск](#)

## НАВИГАТОР

- [ЖУРНАЛЫ](#)
- [КНИГИ](#)
- [ПАТЕНТЫ](#)
- [ПОИСК](#)
- [АВТОРЫ](#)
- [ОРГАНИЗАЦИИ](#)
- [КЛЮЧЕВЫЕ  
СЛОВА](#)
- [РУБРИКАТОР](#)
- [ССЫЛКИ](#)
- [ПОДБОРКИ](#)

[Начальная  
страница](#)

## СЕССИЯ

Имя пользователя:  
[Урине](#)  
SPIN-код автора:  
[5973-8909](#)  
IP-адрес  
компьютера:  
[95.73.26.188](#)  
Название  
организации:  
[не определена](#)  
Начало работы:

eLIBRARY  
ID: [47203003](#)

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: ТЕОРИЯ И  
МЕТОДОЛОГИЯ

Под ред. И.А. Фирсовой, Р.К. Крайневой

АЗАРОВА СВЕТЛАНА ПЕТРОВНА <sup>1</sup>,  
БАЛОВА СЮЗНАНА ЛЯДИНОВНА <sup>1</sup>,  
БЕЗДЕНЕЖНЫХ ИВАН АНАТОЛЬЕВИЧ <sup>1</sup>,  
ГОРЯЧЕВА МАРИЯ ВЛАДИМИРОВНА <sup>1</sup>,  
ЖИЛЬЦОВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА <sup>1</sup>,  
ЖИЛЬЦОВ ДЕНИС АНАТОЛЬЕВИЧ <sup>1</sup>,  
КАСАЕВ БОРИС СУЛТАНОВИЧ <sup>1</sup>,  
КРАЙНЕВА РАИСА КАНАФИЕВНА <sup>1</sup>,  
НИКОЛАЕВА ОЛЬГА ОЛЕГОВНА <sup>1</sup>,  
ПАНИУКОВА ВЕРОНИКА ВАСИЛЬЕВНА <sup>1</sup>,  
ПСАРЕВА НАДЕЖДА ЮРЬЕВНА <sup>2</sup>,  
РОЖКОВ ИЛЬЯ ВЯЧЕСЛАВОВИЧ <sup>1</sup>,  
РОЗАНОВА ТАТЬЯНА ПАВЛОВНА <sup>1</sup>,  
САФРОНОВА НАТАЛЬЯ БОРИСОВНА <sup>3</sup>,  
СИНЯЕВА ИНГА МИХАЙЛОВНА <sup>1</sup>,  
СТЫЦЮК РИТА ЮРЬЕВНА <sup>1</sup>,  
ФИРСОВА ИРИНА АНАТОЛЬЕВНА <sup>1</sup>,  
ФИРСОВ ЮРИЙ ИВАНОВИЧ <sup>4</sup>,  
ХРИСТОФОРОВА ИРИНА ВЛАДИМИРОВНА <sup>5</sup>,  
ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ПАВЕЛ СЕРГЕЕВИЧ <sup>5</sup>

<sup>1</sup> Финансовый университет при Правительстве РФ, 125993, ГСП-3, г. Москва, Ленинградский просп., 49/2

<sup>2</sup> Академия труда и социальных отношений, 117454, г. Москва, ул. Лобачевского, 90

<sup>3</sup> Московский государственный строительный университет (национальный исследовательский университет), 129337, г. Москва, Ярославское шоссе, д. 26

<sup>4</sup> Венский университет

<sup>5</sup> ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова»

Рецензенты: МХИТАРЯН СЕРГЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ <sup>1</sup>,  
ШАЦКАЯ ИРИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА <sup>2</sup>,  
КОРНЕЕВА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 117997, г. Москва, Стремянный пер., д.36

<sup>2</sup> МИРЭА-Российский технологический университет, 119454, г. Москва, просп. Вернадского, 78

<sup>3</sup> ООО «Межрегиональный центр образования и консалтинга»

Тип: монография Язык: русский ISBN: 978-5-00172-236-6

Год издания: 2021 Место издания: Москва Число страниц: 526

Издательство: [Общество с ограниченной ответственностью "Издательство Прометей"](#) (Moscow)

УДК: 378.1

## АННОТАЦИЯ:

Представленная монография раскрывает особенности и тенденции развития маркетинга сферы услуг и представляет интерес как в научном, так и в практическом плане. Монография состоит из трех разделов. В первой главе представлена теория и методология развития маркетинга в сфере услуг, где раскрыты теоретические и концептуальные основы маркетинга и современные тенденции его развития. Вторая глава обобщает вопросы организации маркетинга в основных отраслях и сферах деятельности: отражены ключевые компетенции и функции маркетинга, описываются алгоритмы формирования стратегий операционного и стратегического маркетинга, приведены примеры их эффективного использования. В третьей главе обсуждаются особенности спортивного маркетинга. Представленные в монографии теоретические

 [Приобрести эту  
публикацию за 1](#)

руб.



 [Список статей в  
Google Академи:  
цитирующих да](#)

 [Ссылка для  
цитирования](#)

 [Выделить все ст:  
сборнике](#)

 [Снять выделение  
в подборку](#)

 [Добавить публ:  
в подборку](#)

 [Добавить выдел:  
статьи сборника  
подборку](#)

Мои статьи

 [Данная публика:  
входит в список  
работ](#)

 [Идентифициров:  
организацию,  
указанную в  
публикации в  
качестве места м  
работы](#)

 [Редактировать В  
заметку к публ:  
и](#)

 [Обсудить эту  
публикацию с  
другими читател:](#)

 [Показать все  
публикации этих  
авторов](#)

 [Найти близкие п  
тематике публ:  
и](#)

23.11.2021 22:12

Время работы:  
00:08

[Личный](#)

■ [кабинет](#)

■ [Заккрыть сессию](#)

**КОНТАКТЫ**

Служба поддержки:  
(7-495) 544-2494 доб. 1  
[support@elibrary.ru](mailto:support@elibrary.ru)

Издателям журналов:  
(7-495) 544-2494 доб. 2  
[publish@elibrary.ru](mailto:publish@elibrary.ru)

Издателям книг:  
(7-495) 544-2494 доб. 3  
[book@elibrary.ru](mailto:book@elibrary.ru)

DOI для издательств:  
(7-495) 544-2494 доб. 7  
[doi@elibrary.ru](mailto:doi@elibrary.ru)

Организациям (Science Index):  
(7-495) 544-2494 доб. 4  
[org@scienceindex.ru](mailto:org@scienceindex.ru)

Доступ к API:  
(7-495) 544-2494 доб. 7  
[api@elibrary.ru](mailto:api@elibrary.ru)

Подписчикам:  
(7-495) 544-2494 доб. 8  
[sales.team@elibrary.ru](mailto:sales.team@elibrary.ru)

Конференции, семинары:  
(7-495) 544-2494 доб. 5  
[conf@elibrary.ru](mailto:conf@elibrary.ru)

Почтовый адрес:  
117246, г. Москва,  
[Научный проезд, д. 14А, стр. 3, таунхаус 1](#)

Веб-сайт:  
<https://elibrary.ru>

Размещение рекламы:  
[reklama@elibrary.ru](mailto:reklama@elibrary.ru)

- [Схема проезда](#)
- [Задать вопрос](#)

**i** По всем вопросам, связанным с работой в системе Science Index, обращайтесь, пожалуйста, в службу поддержки:

7 (495) 544-2494  
[support@elibrary.ru](mailto:support@elibrary.ru)

положения и концептуальные основы соответствуют современной научной парадигме маркетинга.

Монография наглядно и в должной мере проиллюстрирована. А текст отличается достоверностью, конкретностью, обоснованностью, последовательностью, системностью, точностью, связностью изложения.

Данная монография может использоваться для подготовки студентов высших учебных заведений (бакалавров, магистров, аспирантов), обучающихся по направлениям «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» и «Менеджмент». Обучающийся сможет эффективно использовать работу для самостоятельной подготовки.

**БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ:**

	Входит в РИНЦ®: да		Цитирований в РИНЦ®: 0
	Входит в ядро РИНЦ®: нет		Цитирований из ядра РИНЦ®: 0
	Входит в Scopus®:		Цитирований в Scopus®:
	Входит в Web of Science®:		Цитирований в Web of Science®:
	Норм. цитируемость по направлению:		Дециль в рейтинге по направлению:
	Тематическое направление: нет		
	нет ( <a href="#">добавить</a> )		
	Рубрика ГРНТИ:		

**АЛТМЕТРИКИ:**

Просмотров: 0 (0)	Загрузок: 0 (0)	Включено в подборки: 0
Всего оценок: 0	Средняя оценка:	Всего отзывов: 0

**ОГЛАВЛЕНИЕ:**

	Название публикации	Стр.	Цит.
	ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ		
<input type="checkbox"/>	<a href="#">1.1. ХАРАКТЕРИСТИКА И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ</a>	7-16	0
<input type="checkbox"/>	<a href="#">1.2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ФУНКЦИИ И МЕТОДЫ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ</a>	16-35	0
<input type="checkbox"/>	<a href="#">1.3. КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ СФЕРЫ УСЛУГ</a>	35-62	0
<input type="checkbox"/>	<a href="#">1.4. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ</a>	62-91	0
<input type="checkbox"/>	<a href="#">1.5. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА</a>	91-117	0
<input type="checkbox"/>	<a href="#">1.6. ПРИНЦИПЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРАВА НА</a>	117-135	0

**ПРИМЕРЕ СССР**

## ГЛАВА 2. МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- |                          |  |         |   |
|--------------------------|--|---------|---|
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ТУРИЗМА И СЕРВИСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ</u></b>                   | 136-172 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.2. МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ</u></b>                                  | 172-254 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.3. РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ</u></b>                                     | 254-274 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.4. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА БАНКОВСКИХ УСЛУГ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ</u></b> | 274-323 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.5. ФОРМИРОВАНИЕ ОМНИКАНАЛЬНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СИСТЕМ В СФЕРЕ УСЛУГ</u></b>                     | 323-339 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.6. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УСЛУГ МАРКЕТИНГА В ЖИЛИЩНОКОММУНАЛЬНОЙ СФЕРЕ</u></b>             | 339-387 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.7. ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ</u></b>  | 387-411 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>2.8. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА В РИТЕЙЛЕ</u></b>                                       | 411-451 | 0 |

## ГЛАВА 3. СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

- |                          |   |         |   |
|--------------------------|---|---------|---|
| <input type="checkbox"/> | <b><u>3.1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ В СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ</u></b>                         | 452-480 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>3.2. ПРИНЦИПЫ И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ФИЗКУЛЬТУРЫ И СПОРТА</u></b> | 481-493 | 0 |
| <input type="checkbox"/> | <b><u>3.3. МАРКЕТИНГ ИДЕЙ В СПОРТИВНЫХ ТРЕНИРОВКАХ</u></b>  | 493-524 | 0 |

ВАША ЗАМЕТКА:

ОБСУЖДЕНИЕ:

 [Добавить новый комментарий к этой публикации](#)

\* [© 2000-2021 ООО НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА. Все права защищены](#) \*