Маркова В. Д.

Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 128 с: ил.

ISBN 5-279-01552-0.

Рассматриваются: специфика услуг и их место в экономике; услуги, связанные со сбытом и эксплуатацией технически сложных товаров; маркетинг в сфере нематериальных услуг на примере банковской деятельности.

Адресована в первую очередь специалистам службы маркетинга предприятий, оказывающих услуги, а также предпринимателям, работающим в сфере услуг. Будет полезна студентам и специалистам, повышающим свою квалификацию в области менеджмента и маркетинга.