Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования

**«Уральский федеральный университет**

**имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»**

**Высшая школа экономики и менеджмента**

**Кафедра маркетинга**

**Курсовая работа**

**Оценка и моделирования качества услуг ООО «Территория рекламы»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Студент: |
|  | Ходжаева Д.М |
|  | ЭММ-151905 |
|  | Научный руководитель: |
|  | к.пед.н., |
|  | Доцент  Яценко О.Ю. |

Екатеринбург 2016

Введение

1 Теоретические основы оценки и моделирования качества услуг

1.1 Понятие и характеристика качества услуг

1.2 Международные модели маркетинга услуг

1.3 Методики оценки и проектирования качества

2 Анализ маркетинговой деятельности ООО «Территория рекламы»

2.1 Характеристика деятельности ООО «Территория рекламы»

2.2 Анализ конкурентоспособности ООО «Территория рекламы»

2.3 Анализ потребителей рекламных услуг делового сервиса B2B УрФО

2.4 SWOT-анализ ООО «Территория рекламы»

2.5 Оценка существующего качества услуг предприятия ООО «Территория рекламы»

3.Разработка рекомендаций по совершенствованию качества деловых услуг предприятия

3.1 Обоснования необходимости совершенствования качества услуг ООО «Территория рекламы»

3.2 План маркетинговых мероприятий по совершенствованию качества услуг делового сервиса предприятия ООО «Территория рекламы»

Заключение

Список литературы

Список использованной литературы

Специальная научная литература

1. Альтшуллер И. Стратегия и маркетинг: две стороны одной медали, или Просто – о сложном : учеб. пособие / И. Альтшуллер – М. : Дело, 2010. – 211 с.
2. Алдер Г. Менеджмент будущего: Диалог сознаний: Общение с потребителями в XXI веке / пер. с англ. С. Потапенко. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2010.
3. Аткинсон Д. Все о продажах / Пер. с англ. С. Орленко. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2011.
4. Азоев Г., Старостин В. Персонализированный маркетинг// Маркетинг. – 2012. - № 5. – С. 38-62
5. Артемьева Ю.В. Маркетинговая безопасность? Принцип работы//Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. - № 6. – С. 32-38
6. Банчева А.А. К вопросу о маркетинговой политике предприятия (маркетинговая политика в теории и практике)// Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. - № 6. – С. 14-23
7. Бесчастнов В. Маркетинг персонала в сфере обслуживания// Управление персоналом. – 2010. - № 15. – С. 63-67
8. Борисова С.Г. Об интеграции концепции управления маркетинговыми

активами в модель менеджмента образовательной организации//

1. Образование и наука. – 2010. - № 7. – С. 38-46
2. Брыкалов С. М. Особенности развития стратегического планирования на предприятиях России [Текст] / С. М. Брыкалов // Инновационная экономика: материалы междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). — Казань: Бук, 2014. — С. 128-130.
3. Бурцева Т. И др. Бюджет интегрированных систем маркетинговых

коммуникаций// Маркетинг. – 2011. - № 5. – С. 75-82

1. Бурцева Т. И др. Маркетинговые исследования в управлении товарным

ассортиментом// Маркетинг. – 2009. - № 6. – С. 41-57

1. Газарян А.Е. Топология рыночных отношений и место маркетинга в

системе управления предприятий// Маркетинг в России и за рубежом.

– 2011. - № 6. – С. 3-14

1. Голик В.С., Голик С.И. Использование Интернет-технологий в

международном маркетинге// Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. - № 3. – С. 113-117

1. Голубков Е.П. Антикризисный маркетинг// Маркетинг в России и за

рубежом. – 2009. - № 1. – С. 5-18

1. Голубков Е.П. Еще раз к вопросу о некоторых основополагающих

понятиях маркетинга// Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 4. – С. 115-127

1. Голубкова Е.Н., Михайлов О.З. Управление внутренним маркетингом//Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. - № 1. – С. 60-71

Горелова А. Интернет-маркетинг// Маркетинг. – 2011. - № 3. – С. 58-68

1. Гренроос К. Модель качества услуг и ее применение в маркетинге

Журнал: Маркетинг услуг, #1, 2014 г.

1. Демченко А. Маркетинговые инновации в условиях кризиса// Маркетинг. – 2009. - № 1. – С. 44-51
2. Дудин С.Г. Политэкономическое происхождение маркетинга// Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. - № 2. – С. 3-12
3. Душкина М.Р. Модели коммуникативного воздействия в маркетинге// Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 4. – С. 67-74
4. Зайцева О.С., Чардымский М.Г. Маркетинговые и психологические

аспекты деловых бесед и переговоров// Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 6. – С. 87-97

1. Исаева Е.В. Внутрифирменный маркетинг в концепции маркетинга партнерских отношений// ЭПОС. – 2010. - № 3. – С. 38-42
2. Капустина Л.М., Бабенкова А.В. Корпоративный клиент в системе

маркетинга предприятия// Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 5. – С. 34-46

1. Карпова С. Маркетинговые инструменты ТНК// Маркетинг. – 2011. - № 1. – С. 11-20
2. Карпова Н.С. Очерк развития российского маркетинга// Маркетинг в

России и за рубежом. – 2012. - № 2. – С. 4-19

1. Кириллина Н. Социальный потенциал маркетинговых коммуникаций в информационной среде современного города// Общество и экономика. – 2012. - № 1. – С. 135-148
2. Козин В.А. Перспективы развития маркетинга// Маркетинг в России и за

рубежом. – 2010. - № 6. – С. 3-11

1. Козлова О. Формирование рынка органических продуктов питания: роль

государственного маркетинга// Проблемы теории и практики управления. – 2010. - № 11. – С. 121-126

1. Коротков А. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях//Маркетинг. – 2011. - № 2. – С. 28-41
2. Корчагин П. Рынок маркетинговых услуг: репутационный менеджмент//Проблемы теории и практики управления. – 2011. - № 3. – С. 120-132.
3. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе: Учебное пособие/ Ф. Котлер, Х. Картаджайа, А. Сетиаван – М.: Эксмо, 2011 – 401 с.
4. И. В. Котляревская, Н. Ф. Одинцова Маркетинг: учебное пособие /.
5. Екатеринбург: ФГАО ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», 2010. 300 с.
6. Котляревская И. В. Стратегический маркетинг. Электронное текстовое издание. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2006.
7. И.В. Котляревская Маркетинг: учебное пособие / И.В. Котляревская, С.А. Романова. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2006
8. Куярова Л., Ларина Ю. Стратегический маркетинг в организации:

концепции сетевого управления// проблемы теории и практики

управления. – 2012. - № 7-8. – С. 113-119

среде// Маркетинг. – 2012. - № 2. – С. 64-76

1. Моисеева Н., Седова О. Маркетинговые отношения на основе разности потенциалов партнеров// Маркетинг. – 2011. - № 5. – С. 37-55
2. Моисеенко И.В., Носкова Е.В. Классификация методов определения емкости рынка на основе применяемой маркетинговой информации//Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. - № 6. – С. 23-32
3. Никанорова А.В. Использование мобильного маркетинга как средства

стимулирования сбыта// Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 4. – С. 18-23

1. Новаторов В.Е. Маркетинг культурных услуг. — Омск, 1992.
2. Овечкин А.В. Интернет-маркетинг в условиях кризиса// Маркетинг в

России и за рубежом. – 2009. - № 3. – С. 99-102

1. Ольков А. Повышение эффективности маркетинговых коммуникаций// Маркетинг. – 2012. - № 3. – С. 53-66
2. Оспанова К.К. Электронный маркетинг-микс: ретроспектива и оценка современного состояния// Маркетинг в России и за рубежом. – 2012.- № 1. – С. 4-16
3. Пархименко В.А. и др. Маркетинг информационных технологий: особенности и инструменты// Маркетинг в России и за рубежом. – 2012.- № 5. – С. 72-86
4. Полякова О. Концепции маркетинговых коммуникаций// Маркетинг. – 2011. - № 5. – С. 62-75
5. Пономарева А. Коммуникационный маркетинг в креативнойсоставляющей// Маркетинг. – 2009. - № 3. – С. 32-40
6. Прозоровский С. Международные маркетинговые исследования//Маркетинг. – 2012. - № 5. – С. 62-79
7. Рощак Д., Багандов И. CRM-системы в формировании комплекса

маркетинговых коммуникаций// Маркетинг. – 2012. - № 4. – С. 53-62

1. Руденко М. Маркетинг взаимодействия и сетевая теория// Маркетинг. – 2010. - № 6. – С. 41-48
2. Руденко М. Маркетинг взаимодействия: моделирование управления

спросом// Маркетинг. – 2011. - № 5. – С. 55-62

1. Руденко М. Оценка маркетингового потенциала компании// Маркетинг. – 2011. - № 2. – С. 117-127
2. Рукавишников А.В. Маркетинговые коммуникации и рекламный рынокв России// СГЗ. – 2010. - № 4. – С. 185-191
3. Рыжикова Т. Методы сегментирования потребителей// Маркетинг. – 2012. - № 4. – С. 23-35
4. Рыкалина О. Маркетинговый инструментарий в реализации логистических инноваций// Маркетинг. – 2011. - № 4. – С. 44-56
5. Сабурова М.М. Маркетинговая служба: проблемы внедрения и

позиционирования// Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. - № 2. – С. 133-139

1. Семенов И. Стратегический маркетинг в формировании конкурентных преимуществ// Маркетинг. – 2011. - № 1. – С. 20-40
2. Сергеева М.Г. Маркетинговая служба как инструмент рынка труда и

рынка образовательных услуг// Альма матер. – 2011. - № 11. – С. 60-68

1. Сидорчук Р.Р. Маркетинговый аспект формирования оптимального

промышленного ассортимента для малого бизнеса// Маркетинг в России и

за рубежом. – 209. - № 1. – С. 23-31

1. Синяева И. Маркетинг интеллектуального продукта в условиях кризиса//Маркетинг. – 2012. - № 2. – С. 47-56
2. Старостин В. Клиентоориентированный подход в маркетинговых Интренет-коммуникациях// Маркетинг. – 2012. - № 3. – С. 66-71

Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. - № 5. – С. 25-41

1. Стрижакова Е.Н., Стрижаков Д.В. Оценка и анализ маркетинговых

рисков// Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. - № 1. – С. 31-37

1. Сухарева Е. Бенчмаркинг в розничной торговле// Маркетинг. – 2009. - № 2. – С. 47-59
2. Токарев Б. Маркетинговая аналитика рыночных образований//Маркетинг. – 2012. - № 5. – С. 23-38
3. Маркетинг. – 2011. - № 3. – С. 22-33
4. Тюрин Д.В. Методы проведения маркетингового аудита конкурентной среды региона// Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. - № 4. – С. 69-84
5. Фасхиев Х.А. Принятие маркетинговых решений на основе

количественной оценки объектов// Маркетинг в России и за рубежом.– 2010. - № 5. – С. 14-34

1. Федулов Н.Е. Маркетинг в системе управления качеством// Качество.Инновации. Образование. – 2009. - № 11. – С. 43-48
2. Харлампиева с.С. Корпоративная пресса как инструмент маркетинга//Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. - № 3. – С. 73-77
3. Челенков А., Сонина Т. Маркетинг в экономике открытых инноваций//Маркетинг. – 2011. - № 5. – С. 3-25
4. Челенков А., Сонина Т. Маркетинг взаимоотношений: клиентоориентированные стратегии// Маркетинг. – 2012. - № 2. – С. 34-47
5. Челенков А. Основы классификации услуг как маркетингового продукта//Маркетинг. — 1998. — № 3. — С. 117—125.
6. Чжан Енхан, Кувалин Д. Финансовый контроль реализации маркетинговых стратегий// Маркетинг. – 2009. - № 6. – С. 115-126
7. Шишкин А.В. Региональный маркетинг: методологический подход// Региональная экономика. – 2009. - № 2. – С. 2-7
8. Шувладзе Г.Ш., Кирвалидзе Н.О. О сущности и функциях маркетинга// Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. - № 4. – С. 108-114
9. Шурчкова Ю.В. Веб-сайт компании как маркетинг коммуникативный инструмент// Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. - № 1. – С. 66-73
10. Шурчкова Ю.В. Состав и структура комплекса маркетинговых

коммуникаций, реализуемых в сети интернет// Экономика, статистика и информатика. – 2011. - № 6. – С. 116-121

Электронные ресурсы

1. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
2. www.marketingweek.co.uk/
3. www.salesandmarketingbooks.com/
4. www.reklamist.nnov.ru
5. www.devbusiness.ru
6. www.marketingandresarch.ru
7. www.marketing.spb.ru
8. www.region.ulsu.ru
9. www.marketing.al.ru
10. www.marketingmix.com.ua
11. www.marketology.ru
12. [www.metaphor.ru/er/misc.xml](http://www.metaphor.ru/er/misc.xml)
13. www.bmall.ru/rus/library/?action=show&id=135
14. www.new-management.info/issues/2008/12/
15. [www.alladvertising.ru/company/agency/](http://www.alladvertising.ru/company/agency/)
16. http://www.blizko.ru/,
17. http://www.blizko.ru/about/reklama,
18. http://www.apress.ru/company/projects/blizko-ru/