

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	7
1. A SZOLGÁLTATÁS MINT AZ ÉRTÉKESÍTÉS TÁRGYA	9
1.1. A szolgáltatás fogalma.....	9
1.2. A szolgáltatások típusai.....	10
1.3. A szolgáltatások helye, szerepe a gazdaságban	14
1.4. A szolgáltatások sajátosságai.....	16
1.5. A szolgáltatások minősége	18
1.5.1. A minőség fogalma	18
1.5.2. Minőség a szolgáltatásoknál.....	19
1.5.3. Szolgáltatásminőség modell	21
1.6. A szolgáltatás megvásárlásának folyamata	23
1.6.1. A vásárlás előtti szakasz.....	23
1.6.2. A vásárlás szakasza.....	25
1.6.3. A vásárlás utáni szakasz.....	26
1.7. Ellenőrző kérdések.....	29
2. SZOLGÁLTATÁSMARKETING	31
2.1. A szolgáltatásmarketing kialakulása	31
2.2. A szolgáltatásmarketing helyzete Magyarországon	33
2.3. A szolgáltatások sajátosságaiból eredő marketingkövetkezmények.....	33
2.3.1. Megfoghatatlanság, nem fizikai természet.....	33
2.3.2. Elválaszthatatlanság	37
2.3.3. Ingadozás, heterogenitás	38
2.3.4. Tárolhatatlanság, romlékonyság.....	38
2.3.5. A szolgáltatások sajátos belterjessége.....	40
2.3.6. Speciális marketingstratégiák a szolgáltató vállalatok számára	40
2.4. Marketing-mix a szolgáltatások piacán.....	41
2.4.1. A termék	42
2.4.2. Az ár	43
2.4.3. Értékesítési csatornák, disztribúció	45
2.4.4. Kommunikáció	46
2.4.5. Személyi tényezők (People, Personal selling).....	49
2.4.6. Tárgyi tényezők (Physical Evidence).....	50
2.4.7. A folyamat, művelet (Process).....	52
2.5. Ellenőrző kérdések.....	52

3. MARKETING A NON-PROFIT SZERVEZETEK BEN (NON BUSINESS MARKETING)	53
3.1. Társadalmi célú reklám-propaganda tevékenység.....	58
3.2. Ellenőrző kérdések.....	61
4. KÖZLEKEDÉSI MARKETING	63
4.1. Közlekedési piac – fuvarpiac – szállítási piac.....	63
4.1.1. Közlekedési piac sajátosságai.....	64
4.2. Marketing-mix a közlekedési szolgáltatásoknál.....	73
4.2.1. Termékpolitika.....	73
4.2.2. Ár(díj)politika	77
4.2.3. Elosztáspolitika.....	83
4.2.4. Marketingkommunikáció	84
4.3. Ellenőrző kérdések.....	89
5. FÜGGELÉK.....	91
6. FELHASZNÁLT IRODALOM	97