

|  |            |
|--|------------|
| <b>Część I</b>   |            |
| <b>Marketing usług .....</b>   | <b>7</b>   |
| <i>Rozdział 1. Charakterystyka marketingu usług .....</i>                                | <i>11</i>  |
| Charakterystyka usług .....  | 11         |
| Specyfika marketingu usług .....   | 13         |
| Modele pojęciowe usług .....   | 23         |
| <i>Rozdział 2. Badania działalności usługowej .....</i>                                  | <i>36</i>  |
| Badania rynku usług z perspektywy klienta i z perspektywy organizacji<br>usługowej ..... | 36         |
| Badania procesu świadczenia usług .....  | 40         |
| Badania jakości usług .....  | 44         |
| <i>Rozdział 3. Marketing usług organizacji nastawionych na zysk .....</i>                | <i>58</i>  |
| Marketing usług bankowości detalicznej .....   | 58         |
| Marketing usług w turystyce .....  | 64         |
| Marketing usług w hotelarstwie .....   | 73         |
| <i>Rozdział 4. Marketing usług organizacji nienastawionych na zysk .....</i>             | <i>84</i>  |
| Marketing usług muzeów .....   | 85         |
| Marketing usług organizacji charytatywnych .....   | 90         |
| <b>Część II</b>  |            |
| <b>Zarządzanie organizacją usługową .....</b>  | <b>103</b> |
| <i>Rozdział 5. Zarządzanie a struktura organizacji usługowej .....</i>                   | <i>107</i> |
| Zarządzanie zmianą w organizacji usługowej .....   | 107        |

|   |            |
|---|------------|
| Wewnętrzne i zewnętrzne czynniki zmian .....  | 109        |
| Wpływ struktury organizacji na proces podejmowania decyzji .....                            | 110        |
| Struktura organizacji usługowej .....   | 112        |
| Proces podejmowania decyzji w organizacji usługowej .....                                   | 114        |
| Realizacja planu świadczenia usług .....  | 115        |
| <b>Rozdział 6. Metody zarządzania personelem i ukierunkowanie zarządza-</b>                 |            |
| <b>nia marketingiem usług .....</b>   | <b>130</b> |
| Metody zarządzania personelem .....   | 130        |
| Zarządzanie marketingiem usług ukierunkowane na ochronę zasobów lub na<br>usługę .....      | 140        |
| <b>Rozdział 7. Marketing wewnętrzny organizacji usługowej .....</b>                         | <b>146</b> |
| Struktura organizacyjna a marketing wewnętrzny .....  | 147        |
| Zarządzanie marketingiem wewnętrznym .....  | 151        |
| Budowa marketingu wewnętrznego w organizacji usługowej .....                                | 154        |
| Wpływ marketingu wewnętrznego na poziom usług .....   | 156        |
| <b>Rozdział 8. Kompetencje pracowników organizacji usługowej .....</b>                      | <b>166</b> |
| Szkolenia i rozwój zawodowy pracowników .....   | 167        |
| Sformalizowane standardy działania a sprawność marketingu usług .....                       | 167        |
| Kompetencje kierownicze .....   | 169        |
| <b>Część III</b>  |            |
| <b>Problemy współczesnego marketingu usług .....</b>  | <b>185</b> |
| <b>Rozdział 9. Współczesne problemy marketingu usług .....</b>                              | <b>189</b> |
| Koncepcje marketingu relacyjnego i marketingu transakcyjnego .....                          | 189        |
| Kompleksowa oferta usługowa .....   | 193        |
| Relacje między klientem a firmą usługową .....  | 197        |
| Zarządzanie marketingiem usług a koncepcja zrównoważonego rozwoju ...                       | 201        |
| Nawiązywanie długotrwałych relacji z innymi firmami przez organizacje<br>charytatywne ..... | 203        |
| <b>Rozdział 10. Zarządzanie marketingiem usług – co niesie przyszłość? ..</b>               | <b>209</b> |
| Nieco uwag na temat przyszłości usług .....   | 209        |
| Połączenie zaawansowanej technologii z intensywnym kontaktem .....                          | 210        |
| Równowaga sił między dostawcami usług a ich użytkownikami .....                             | 212        |
| Marketing usług przyszłości .....   | 214        |