Приложение 6.

**Рекламно-техническое описание**

**произведения науки**

в формате монографии

*«Развитие маркетинга сферы услуг в  цифровой среде: теория и методология: монография / С.П. Азарова, С.Л. Балова, И.А.  Безденежных [и др.], под ред. И.А.  Фирсовой, Р.К. Крайневой. — М.: Прометей, 2021. — 526 с.»*

разработано в рамках служебного задания на 2020-2021 учебный год для учебно-методического обеспечения учебных дисциплин «Концепции финансового маркетинга», «Стратегический маркетинг» для магистров по направлению «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг»

Сведения об авторах:

**Редакторы:**

|  |  |
| --- | --- |
| http://www.fa.ru/chair/mark/pps/PublishingImages/Firsova.jpg | **Фирсова Ирина Анатольевна** Профессор департамента логистики и маркетинга Доктор экономических наук, доцентАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1001.Тел.: +7 (926) 723-06-71Эл. адрес: ifirsova@fa.ru |

|  |  |
| --- | --- |
| http://www.fa.ru/my/User%20Photos/Profile%20Pictures/temp_ABB55201rkkrajneva_LThumb.jpg | **крайнева Раиса Канафиевна**Доцент департамента логистики и маркетинга, Кандидат экономических наук, доцентАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1001.Тел.: +7 (927) 217-92-41Эл. адрес: rkkrajneva@fa.ru |

**Авторский коллектив:**

|  |  |
| --- | --- |
| Нет фото | **Азарова Светлана Петровна** Доцент департамента логистики и маркетинга, Факультета экономики и бизнеса Кандидат экономических наук, доцентАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1001.Тел.: +7 (926) 925-73-85Эл. адрес: sazarova@fa.ru |
| Нет фото | **Балова Сюзана Лядиновна** Доцент департамента логистики и маркетинга, Факультета экономики и бизнеса Кандидат экономических наук, доцентАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1001.Тел.: +7 (903) 501-06-74Эл. адрес: slbalova@fa.ru |
| Нет фото | **Безденежных Иван Анатольевич** Старший преподаватель кафедры «Физическое воспитание»Адрес: 125167, Ленинградский проспект, д.55, спортивно-оздоровительный комплексТел.: +7 (499) 943-94-74Эл. адрес: iabezdenezhnyih@fa.ru |
| Нет фото | **Горячева Мария Владимировна** Старший преподаватель кафедры «Физическое воспитание»Адрес: 125167, Ленинградский проспект, д.55, спортивно-оздоровительный комплексТел.: +7 (499) 943-94-74Эл. адрес: mgoryacheva@fa.ru |
| Нет фото | **Николаева Ольга Олеговна** Преподаватель кафедры «Физическое воспитание»Адрес: 125167, Ленинградский проспект, д.55, спортивно-оздоровительный комплексТел.: +7 (499) 943-94-74Эл. адрес: oonikolaeva@fa.ru |
| Нет фото | **Стыцюк Рита Юрьевна**Профессор Департамента туризма и гостиничного бизнесаФакультета экономики и бизнеса Доктор экономических наук, профессорАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1203.Тел.: +7 (967) 036-39-04Эл. адрес: rstytcuk@fa.ru |
|  | **Рожков Илья Вячеславович**Доцент департамента логистики и маркетинга, в.н.с. экспериментальной лаборатории "Нейротехнологии в управлении" Факультета экономики и бизнеса Кандидат экономических наук, доцентАдрес: 127083, г. Москва, ул. Верхняя Масловка, д. 15, каб. 207Тел.: +7 (903) 725-15-73Эл. адрес: irojkov@fa.ru |
| Нет фото | **Розанова Татьяна Павловна**Руководитель Департамента туризма и гостиничного бизнеса, профессор департамента логистики и маркетингаФакультета экономики и бизнеса Доктор экономических наук, профессорАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1203.Тел.: +7 (915) 488-25-50Эл. адрес: tprozanova@fa.ru |

***Информация о монографии и научно-методическом (научном) заделе***.

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 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

***Степень готовности к изданию и применению в образовательном процесс.***

Монография издана в издательстве «Прометей», проиндексирована в РИНЦ и передана в библиотеку Финуниверситета.

Выходные данные:

«Развитие маркетинга сферы услуг в  цифровой среде: теория и методология: монография / С.П. Азарова, С.Л. Балова, И.А.  Безденежных [и др.], под ред. И.А.  Фирсовой, Р.К. Крайневой. — М.: Прометей, 2021. — 526 с.»

***Новизна монографии, отличие от аналогов***.

Существенным отличием монографии от существующих комплексных научных работ в сфере маркетинга является учет глобального тренда цифровизации, который проявляется на рынке услуг наиболее остро. Так в работе отражено влияние цифровизации в маркетинге на рынках услуг туризма, банковских услуг,  ритейле. Другим отличием, выделяющим издание на фоне других монографий схожей тематики, является значительное внимание, уделенное авторами продвижению услуг в спортивно-оздоровительных организациях. Представлено авторское научное осмысление феномена спортивного маркетинга, сформулированы принципы и особенности маркетинговой деятельности в области физкультуры и спорта, предложена методика реализации маркетинга идей в спортивных тренировках.

***Технологические преимущества.***

Цифровизация, охватившая различные отрасли сферы услуг, стимулирует научный поиск новых технологий, применимых и в маркетинговой деятельности сервисных организаций. В монографии представлены разнообразные подходы к рассмотрению технологической основы маркетинга услуг в условиях информатизации общества: интернет-маркетинг, омниканальность, мобильный маркетинг, маркетинг в социальных сетях, мессенджер-маркетинг, игрофикациа и др.

***Экономические преимущества***.

Представленные в монографии исследования затягивают отраслевую специфику маркетинговых технологи на таких разнообразных рынках, как туризм и сервис, интеллектуальная собственность, медицина, финансы, жилищно-коммунальная сфера,  ритейл. Авторские подходы в области разработки технологий маркетинга услуг с учётом широкой цифровизации указанных рынков могут послужить основой для создания РИД и их последующей коммерциализации на базе научно-исследовательских подразделений ФГОБУ ВПО "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации".

***Область возможного использования***.

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.

***Сопутствующие полезные эффекты***.

Учреждения высшего и среднего образования зачастую испытывают необходимость в маркетинговых инструментах, которые позволят осуществлять эффективное продвижение широко перечня оказываемых услуг – образовательных, спортивно-оздоровительных, финансовых и др. Таким образом, научные исследования, представленные в монографии, могут использоваться для разработки маркетинговой стратегии организаций, работающих и в сфере образования, например, в вузах.