

## ЗМІСТ

### ВСТУП

#### РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

- 1.1. Управління взаємовідносинами зі споживачем як сучасна маркетингова концепція
- 1.2. Особливості управління взаємовідносинами зі споживачем на підприємствах готельного господарства
- 1.3. Методичні основи аналізу ефективності управління взаємовідносинами зі споживачем на підприємствах готельного господарства

#### Висновки до розділу 1

#### РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ НА ПІДПРИЄМСТВІ «BESTKIEVAPARTMENTS»

- 2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства «BestKievApartments»
- 2.2. Характеристика системи управління взаємовідносин зі споживачем підприємства «BestKievApartments»
- 2.3. Оцінка ефективності управління взаємовідносинами зі споживачем підприємства «BestKievApartments»

#### Висновки до розділу 2

#### РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВЗАЄМОВІДНОСИН ЗІ СПОЖИВАЧЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

- 3.1. Загальні напрямки вдосконалення управління взаємовідносин зі споживачем на підприємствах готельного господарства
- 3.2. Обґрунтування ефективності заходів з удосконалення управління взаємовідносин зі споживачем на підприємствах готельного господарства

#### Висновки до розділу 3

### ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### ДОДАТКИ