

Формирование имиджа ресторанов Москвы

Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна

Мудревская Анастасия Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: asya030300@gmail.com

Ресторанный бизнес процветает не только в Москве, но и за её пределами. Люди стремятся удовлетворить свои гастрономические потребности в местах, пользующихся высоким авторитетом среди конкурентов. Что же нужно сделать, чтобы заслужить доверие клиентов и подняться на высшие строки ресторанного бизнеса? Об этом пойдет речь в данной работе. Актуальность этой темы продиктована условиями жизни современного общества.

Ресторанов в Москве становится всё больше, а ресторанов и хорошо выстроенной репутацией и хорошим имиджем всё меньше. В погоне за прибылью многие представители ресторанной сферы забывают о имидже своего заведения. Ресторанный имидж - это предмет данной работы, на факторы его формирования и влияния на другие аспекты ресторанного бизнеса будет обращено особое внимание в этой работе. С точки зрения научной проработки, PR-специалисту необходимо знать само понятие имиджа в целом, поэтому для начала стоит разобраться с понятийным аппаратом.

Объектом данной работы будут являться рестораны Москвы, однако внимание будет обращено и на рестораторов, как на непосредственных участников формирования имиджа. Чтобы сузить круг исследования, будут разобраны только рестораны премиум-класса. Примерами будут служить рестораны сети Ginza Project и Novikov group и другие не менее авторитетные рестораны Москвы. Цель работы - проанализировать составляющие имиджа ресторана и сети ресторанов.

Задачи исследования:

- 1) Разобраться с основными понятиями и инструментарием PR-специалиста в исследуемой сфере.
- 2) Определить основные факторы формирования имиджа.
- 3) Изучить специфику формирования ресторанного имиджа.
- 4) Проанализировать становление имиджа ресторанов Москвы.

Источники и литература

- 1) 1) Надточий В. А. Имидж ресторана как фактор его конкурентоспособности // Молодой ученый. — 2013. — №12. — С. 331-335
- 2) Жеребецкая Е. А. Влияние имиджа ресторана на удовлетворенность потребителей <http://www.konspekt.biz/index.php?text=51536>
- 3) «Формирование имиджа ресторана премиум-сегмента» УрФУ. Еремина А. 2011
- 4) PR-имидж ресторана https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635a3bc78a5c43b88421306c27_0.html

- 5) «Имидж ресторана – образ или больше?» Малиновская Т.Л., Шевцова С.П. Дальневосточный федеральный университет
- 6) «Как создать положительный имидж компании?» Кируланов <http://kirulanov.com/kak-sozdat-polozhitelnyj-imidzh-kompanii/>
- 7) «Имидж, создаваемый в организации» <http://memosales.ru/brand/imidzh-organizacii>
- 8) «Психология рекламы и PR» Резепов Ильдар 2007 г. - Имидживая модель
- 9) «Управление рестораном», 3-е издание, Роберт Милл
- 10) «333 хитрости ресторанного бизнеса», Олег Назаров
- 11) Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы