



Трибова Н.А.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ РЕСТОРАНА

Методические указания к практическим занятиям
для бакалавров по направлению
260800 «Технология продукции и организация общественного питания»

Наталья Грибова

Фирменный стиль ресторана

«МЦНИП»

2014

Грибова Н. А.

Фирменный стиль ресторана / Н. А. Грибова — «МЦНИП», 2014

Представлены материалы для проведения практических работ содержащие тематику лекций, задания для практических и семинарских занятий работы студентов. Представленные задания ориентированы на углубление теоретических знаний по основным разделам дисциплины «Фирменный стиль ресторана» и приобретение определенных навыков для практической деятельности. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Фирменный стиль ресторана» предназначены для аудиторной и практической работы бакалавров по направлению 260800 «Технология продукции и организация общественного питания».

© Грибова Н. А., 2014

© МЦНИП, 2014

Содержание

1. Общие сведения о дисциплине	6
2. Содержание теоретического курса	7
2.1. Основы создания фирменного стиля	7
2.2. Константы фирменного стиля	8
2.3. Фирменный стиль меню ресторана	9
2.4. Дизайн интерьера ресторана	10
2.5. Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Наталья Анатольевна Грибова

Фирменный стиль ресторана

© Грибова Н. А., 2014

© ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2014

© МЦНИП, 2014

* * *

1. Общие сведения о дисциплине

Целью дисциплины является подготовить студентов к последующему вхождению в практику деятельности бакалавра на основе приобретения теоретических знаний и практических навыков в овладении функциональными элементами фирменного стиля, принципами разработки, использования в конкретных условиях.

Задачами дисциплины:

- изучить концепцию и принципы разработки фирменного стиля, его элементы, теорию и практику использования;
- обосновать факторы конкурентоспособности на основе специфики предприятия и его ответственности за качество продукции и обслуживания.

Цель курса «Фирменный стиль ресторана» относится к профессиональному циклу и предназначен для студентов инженерно-экономического факультета, обучающихся в рамках очной формы обучения по специальности 260800 «Технология продукции и организация общественного питания».

Качество и степень освоения содержания курса обусловливается полноценным изучением в цикле специальных дисциплин учебного плана:

- «Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания»;
- «Дипломатический этикет и сервис»;
- «Технология ресторанной продукции».

Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего часов
Семестр 6	
Лекции	22
Практические занятия и семинары	32
Самостоятельная работа	12
Виды итого контроля	экзамен

2. Содержание теоретического курса

2.1. Основы создания фирменного стиля

Корпоративная культура – основа имиджа фирмы. Элементы корпоративной культуры. Природа имиджа. Структура имиджа ресторана: имидж услуги, потребителя, руководителя, персонала. Визуальный и социальный имидж. Основные этапы формирования имиджа ресторана. Понятие «фирменный стиль». История развития фирменного стиля. Задачи, цели, этапы разработки фирменного стиля. Внутренние и внешние функции фирменного стиля. Роль фирменного стиля в деятельности ресторана. Концепция ресторана, её содержание. Элементы содержания ресторанных концепций.

2.2. Константы фирменного стиля

Товарный знак – «визитная карточка» ресторана. История товарного знака. Основные требования к разработке товарного знака. Регистрация товарного знака и правовая защита. Логотип: понятие, основные элементы его образующие, требования к оформлению. Классификация логотипов. Функции логотипа. Этапы создания логотипа ресторана. Название предприятия как одна из важнейших констант фирменного стиля. Определение и основные требования к фирменному наименованию. Право на фирменное наименование. Слоган – словесный символ ресторана. Типы слоганов. Факторы, влияющие на эффективность слогана. Практика использования слогана. Фирменный блок, фирменный комплект шрифта, требования к выбору шрифта. Фирменный набор цветов.

2.3. Фирменный стиль меню ресторана

Меню: сущность, задачи, виды. Основные требования к разработке меню. Инжиниринг меню. Дизайн меню. Кулинарный дизайн. Основные виды наружного меню. Дизайн карты вин.

2.4. Дизайн интерьера ресторана

Понятие дизайна и его виды. Задачи и методы дизайна в создании и гармонизации предметной среды и информации. Художественные стили – взаимосвязь дизайна и стиля.

Интерьер и экстерьер ресторана: создание атмосферы ресторана. Тематика интерьера ресторанов. Объемно-планировочные композиции интерьера. Предметно-пространственная организация интерьера. Декор окон. Декоративное оформление потолка, пола, стен. Эстетическая завершенность интерьеров ресторана. Туалетная комната в ресторане. Световой дизайн ресторана. Фитодизайн и флористика ресторана. Дизайн сервировки стола. Дизайн по фен-шуй.

2.5. Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания

Особенности фирменного стиля в различных ресторанах. Создание имиджа на основе маркетинговых коммуникаций. Брендинг как основа конкурентоспособности ресторана. Фирменный стиль в одежде персонала ресторана. Музыка как элемент формирования фирменного стиля ресторана. Высокое качество обслуживания – необходимый компонент фирменного стиля. Имидж ресторана как средство рекламы. Количественная и качественная оценка деятельности ресторана по созданию фирменного стиля. Концепция фирменного стиля – одно из средств достижения эффективности деятельности ресторана. Стиль по фен-шуй.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.