

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://studservis.ru/otchet-po-praktike/281899>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Ресторанный бизнес

Введение 2

Основная часть 4

Заключение 11

Введение

Концепция ресторана - это общая идея или тема, определяющая ресторан. Концепция включает в себя дизайн вашего меню, стиль обслуживания, оформление обеденного зала и, конечно же, стиль блюд. Многие рестораны создаются на основе личного опыта или интересов шеф-повара.

Любое ресторанное событие начинается с идеи или концепции. Именно она привлекает тех, кто приходит в ресторан впервые, и дает постоянным посетителям повод вернуться.

Для создания концепции мероприятия (кто, зачем, что, где и когда будет проводиться), которая привлечет гостей, выделит ваш ресторан или бар и создаст ажиотаж, который вы сможете использовать в дальнейшем, требуется сочетание стратегии и креативности.

Успешное мероприятие требует продуманного планирования и четкого ответа на вопрос "почему".

Стилизация мероприятия относится ко всем визуальным аспектам мероприятия, включая освещение, цветы и скатерти. Как вы уже догадались, стилист отвечает за воплощение этих элементов в жизнь. Как правило, они следуют видению дизайнера и делают все возможное, чтобы их работа соответствовала желаниям клиента.

Основные различия между дизайном и стилизацией мероприятий заключаются в том, что дизайнеры сосредотачиваются на создании общей эстетики мероприятия и в основном придерживаются масштабных идей. А стилист мероприятия, с другой стороны, создает и воплощает в жизнь детали этого видения. В их обязанности часто входит оформление не только места проведения мероприятия, но и блюд, и даже приглашенных гостей (например, вечеринки невест или приглашенных лекторов), а иногда и персонала. В этой работе рассматривается как концепция ресторана в целом, так и освещается мероприятие для привлечения посетителей в ресторан.

Для того, чтобы создать концепцию ресторанного мероприятия, которое будет выделяться на фоне других, следует определить ключевую аудиторию ресторана. Поскольку концепция, идеально подходящая для рождественской пивоварни, может оказаться неверной для бистро, пытающегося заполнить места во вторник в марте, то понимание аудитории - ключ к разработке успешного мероприятия.

Для нашего мини-ресторана основной целевой аудиторией является молодежь 18-35 лет и активности, мероприятия формируются именно с учетом их интересов. Определение аудитории ресторана помогает в дальнейшем сформировать концепцию ресторана. Это определит такие вещи, как часы работы, количество посадочных мест, дизайн и декор, а также пункты меню и цены. Для занятых молодых профессионалов может подойти концепция fast-casual.

## Основная часть

1) Разработка социальной миссии проектируемого пред-приятия, исходя из идеи.

Как правило, миссия объясняет, почему существует ваш биз-нес - ресторан. Также программное заявление должно объяснять, какой цели служит ваш ресторан. Оно также должно соответство-вать голосу и эстетике вашего бренда и хорошо сочетаться с лю-быми слоганами или теглайнами, которые вы используете.

Заявления о миссии изначально пришли из мира некоммер-ческих организаций. Например, в США некоммерческие органи-зации должны иметь программное заявление, которым они руко-водствуются во всех своих действиях. Коммерческие компании пе-ренили практику создания миссии, чтобы создать более сильное ощущение направленности бизнеса и согласованности бренда.

Заявления о миссии часто сочетаются с ценностями компании и/или видением. Вместе миссия, видение и ценности описывают то, чего стоит ваш ресторан. Другими словами, все вместе они служат компасом для вашего бизнеса, направляя вас к вашей северной звезде - целям, которых вы надеетесь достичь с помощью вашего ресторана.

Миссию, видение и ценности можно легко перепутать, и ино-гда они используются как взаимозаменяемые. Однако между ними есть различия. Вот краткое руководство по их разграничению, сопровождаемое примерами заявления о миссии ресторана, заявления о видении ресторана и заявления о ценностях ресторана.

Миссия, видение и ценности - это руководящие принципы ре-сторана и важная часть бизнес-плана. Они помогут убедиться, что ваши бизнес-решения - от логотипа до поставщиков - являются стратегическими и соответствуют вашим целям.

[1]. Кацерикова, Н. В. "Ресторанное дело. Учебное пособие." (2010).

[2]. Акимова, Р. А. "Роль предприятий общественного питания в современной экономике." Инновационные научные исследования 3-2 (2021): 65-71.

[3]. Галицкая, А. А., and И. А. Баранова. "СОВРЕМЕННОЕ СО-СТОЯНИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ." In Экономика и региональное управление, pp. 412-416. 2017.

[4]. Малышкина, Елена Анатольевна. "Тенденции развития рын-ка ресторанного бизнеса России в современных услови-ях." Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки 5 (2009): 263-266.

[5]. Яковлева, А. Л. "ЭЛЕМЕНТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В СОВРЕМЕННОМ РЕСТО-РАННОМ БИЗНЕСЕ." А 38 Материалы Всероссийского конкурса студенческих научно-исследовательских работ «Студент-исследователь»(6 апреля 2017 года).-Казань: Поволжская ГАФК-СиТ, 2017.-428 с. (2017): 291.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/281899>*