

Оглавление

Предисловие.....	3
Глава 1. Маркетинговая деятельность в ресторанном бизнесе	5
1.1. Ресторанное хозяйство и его особенности	5
1.2. Ресторан как объект маркетинга	12
1.3. Маркетинг в ресторанном бизнесе	24
1.4. Продвижение услуг в ресторанном бизнесе	30
Глава 2. Виды, задачи и функции рекламы кафе и ресторанов	41
2.1. Место рекламы в комплексе продвижения услуг	41
2.2. Виды и функции рекламы	48
2.3. Задачи рекламы в ресторанном бизнесе.....	54
2.4. Разработка и реализация стратегии рекламы в ресторанном бизнесе: основные этапы, элементы и их взаимодействие	66
Глава 3. Планирование рекламы предприятия питания	77
3.1. Этапы планирования рекламы	77
3.2. Креативный процесс в рекламе	85
3.3. Медиапланирование.....	91
3.4. Методы бюджетирования в рекламе.....	100
Глава 4. Организация и регулирование рекламной деятельности	111
4.1. Рынок рекламы и его участники	111
4.2. Правовой контроль рекламной деятельности.....	118
4.3. Этичность и саморегулирование рекламы	122
Глава 5. Воздействие рекламы на посетителей кафе и ресторанов	127
5.1. Восприятие рекламной информации	127
5.2. Рекламные стратегии рационалистического типа	134
5.3. Виды стратегий проекционного типа.....	142
5.4. Анализ поведения посетителей кафе и ресторанов	146
Глава 6. Эффективность и примеры рекламы ресторанов	155
6.1. Эффективность рекламы и методы ее изучения	155
6.2. Примеры использования рекламы в ресторанах	165
Список литературы	173