Теоретические аспекты формирования и повышения имиджа организации общественного питания

* 1. Сущность и содержание дефиниции имидж организации
	2. Инструментарий воздействия имиджа организации на потребителя
	3. Механизм формирования имиджа организации общественного питания

**30-40 страниц**

**35-45 источников**

**Наличие таблиц, рисунков , графиков**

**На примере «КОКО Шинель» заведение Bellini group город Красноярск**

**Антиплагиат 60-65%**