

ADVERTISING FOR RESTAURANTS (РЕКЛАМА ДЛЯ РЕСТОРАНІВ)

Фоміна О.В., гр. ГРС-49

Наукові керівники: канд. філол. наук, доц. **І.В. Удовенко**,
ст. викл. **Л.А. Подворна**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Реклама – мова ринку, за допомогою якої бізнес спілкується з потенційними клієнтами. Щоб бізнес був прибутковим, важливо знати особливості цієї мови.

Whether opening your first restaurant or going into your 10th year at an existing establishment, how you advertise is key to keeping your place in the public's eye. Smart advertising helps develop your good reputation and reach consumers who otherwise might never hear of you. It also helps with restaurant promotions, such as the announcement of new menu items, discounts and special events.

New restaurants need advertising to get customers in the door. Before you begin placing newspaper ads and building a fan page on Facebook, you need:

- identify who your target audience (families, business people, the after-hours crowd)

- than decide how much money you have to spend on your initial advertising campaign

Social media marketing campaigns offer restaurants great opportunities to sell products and services outside the typical sit-down experience (think catering, merchandise, and gift certificates). Social media uses sites like Facebook, Twitter, Pinterest, and Instagram. The online conversations and images these sites piece together help build online identities your restaurant.

Restaurant advertising and marketing touch should change with the seasons, from the busy holidays like New Year or Valentine's Day. Restaurant promotions are great because they can run daily or weekly, all year long. Promotions can be traditional, such as two-for-one dinner specials. You can also integrate promotions with your social media campaign. For example, offer a contest for customers who post a selfie at your restaurant on Instagram where any participant will be entered to win a discount on 10%, or a free coffee, etc. The key to good advertising is consistency. Running ads and posting on social media on a regular basis

helps keep your restaurant relevant online and serves gentle, fun reminders to customers that it's time they stop by for a drink and dinner.

КОМПЛЕКСНЕ ОПАНУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Ханієв Ш., гр. ПТ-16

Наукові керівники: доц. **Л.Я. Сапожнікова,**

канд. пед. наук, ст. викл. **В.В. Лазарева**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Матеріалом нашого дослідження є комплексне вивчення української мови, що сприяє розвитку наукового стилю мислення майбутніх фахівців в умовах новітнього інформаційного суспільства. Мета роботи – виявлення шляхів опанування студентами галузевої комунікаційної діяльності.

З упровадженням в освітній процес сучасних інноваційних мультимедійних технологій, використанням спеціальних комп'ютерних програм можна говорити про новий етап ефективності вивчення мови, реалізації когнітивного й професійного аспектів діяльності іноземних студентів. Інтерактивні презентації дозволяють візуалізувати навчальну інформацію на основі образного сприйняття досліджуваного матеріалу, подавати його наочну конкретизацію, мобілізувати природні здібності особистості – візуальне мислення, сприйняття та запам'ятовування інформації, здатність до комунікації. За нашими спостереженнями, комплексному опануванню мови сприяє систематизація й корекція знань, умінь і навичок щодо правильного написання слів та словосполучень, знання словотвірного матеріалу, узгодження частин мови, орієнтування в структурі складного та простого речень, користування варіантами закінчень відмінків. Розуміння значень лексичних одиниць, особливостей мовної та мовленнєвої діяльності, опрацювання наукового й ділового стилів, оволодіння навичками роботи з текстами професійного спрямування дозволяє оптимізувати процес навчання. Такий підхід створює умови для діалогового режиму в процесі вирішення пізнавальних завдань.

На нашу думку, опанування професійної лексики обраного майбутнього фаху готує до сприйняття та передавання інформації, зокрема економічного напрямку, оскільки термінологія є об'єднувальним фактором у створенні єдиного інформаційного економічного простору, а також забезпечує інформаційне взаєморозуміння суб'єктів ринкових відносин. Таким чином, вивчення мови в аспекті пізнавальної діяльності, що сприяє актуалізації полілінгвістично підготовлених спеціалістів, дозволяє особистості