

Уважаемый пользователь!

Обращаем ваше внимание, что система Антиплагиус отвечает на вопрос, является тот или иной фрагмент текста заимствованным или нет. Ответ на вопрос, является ли заимствованный фрагмент именно плагиатом, а не законной цитатой, система оставляет на ваше усмотрение.

Отчет о проверке № 8655824

Дата загрузки: 2024-03-30 16:04:41
Пользователь: lyudmila.zyuzgina@gmail.com, ID: 8655824

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»
на сайте antiplagius.ru/

Информация о документе

№ документа: 8655824
Имя исходного файла: черновик аня.docx
Размер файла: 0.26 МБ
Размер текста:
Слов в тексте:
Число предложений:

Информация об отчете

Дата: 2024-03-30 16:04:41 - Последний готовый отчет
Оценка оригинальности: 90%
Заемствования: 10%



Источники:

Доля в тексте	Ссылка
14.20%	https://cwetochki.ru/ref-referat-poniatie-usluga-servis-servisna...
12.30%	https://www.myuniversity.ru/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BB...
11.80%	https://pandia.org/text/79/205/60694.php
10.50%	https://studizba.com/lectures/turizm/servisnaya-deyatelnost/1879...
9.10%	https://studopedia.ru/20_55130_sfera-servisa-osnovnie-ponyatiya....
8.40%	https://pandia.org/text/82/391/78641.php
8.00%	https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=456695
6.60%	https://prepod24.ru/readyworks/594/

Информация о документе:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА" ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТА Кафедра технологии питания и менеджмента КУРСОВОЙ ПРОЕКТ по дисциплине: "Сервисная деятельность предприятий питания" на тему: "Структура и виды сервисной деятельности" Выполнила студентка группы ТП-11 очной формы обучения факультета менеджмента Калинина Анна Юрьевна Подпись " " 2024 г. Научный руководитель: доцент кафедры технологии питания и менеджмента Пестова Инга Геннадьевна Оценка " " 2024 г. Пермь - 2024 СОДЕРЖАНИЕ Введение3Глава 1. Структура и виды сервисной деятельности61.1. Сервис как особый вид деятельности61.2. Структура сервисной деятельности 81.3. Виды сервисной деятельности21.4. Тенденции возрастания потребления услуг в современном обществе и их причины.91.5. Природа и характер сервисной деятельности101.6. Психологические аспекты сервисной деятельности11Вывод по главам17Глава 2. Анализ трактовки терминов 192.1. Работа192.2.

Психология сервиса202.3. Культура сервиса21Глава 3. Анализ стандарта ГОСТ 30390-2013 233.1. Введение233.2. Общая характеристика стандарта233.3. Построение стандарта243.4. Изложение стандарта263.5. Содержание стандарта263.6. Анализ соответствия требований по построению, изложению, оформлению и содержанию стандарта требованиям ГОСТ Р 1.5-2012 "Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения"273.7. Заключение273.8. ПриложениеЗаключение29Список использованных источников32Приложение 1. Фото титульного листа ГОСТа 30390-2013 34

ВВЕДЕНИЕ В современном мире сервисная деятельность является одной из основных составляющих успешного развития деятельности человека, а также является одной из наиболее важных отраслей народного хозяйства, которая способна удовлетворить потребности населения в различных видах услуг. Современное общество основано на услугах. Сервисная деятельность охватывает значительную сферу общественных отношений, связанных с разработкой, производством и предоставлением различных видов товаров и услуг. С развитием рыночных отношений и появлением свободной рыночной конкуренции, предприятия сферы сервиса все большее внимание уделяют качеству оказания сервисных услуг и ориентации на требования потребителя. В настоящее время оптимальное соотношение цены и качества сервисного обслуживания на предприятии служит основой для формирования постоянного спроса, а, следовательно, обеспечивает прибыль и стабильное положение предприятия на рынке услуг. Сервисная деятельность в реализации интересов личности преодолевает противоречие социальных отношений, которые складываются между индивидуальностью и массовыми действиями и интересами. Такое понимание сервисной деятельности дает возможность подойти к ней как к многоплановому экономическому, культурному и социальному феномену. Сервисная деятельность - это особый вид деятельности человека, который направлен на создание общественных благ для людей, оказание услуг, производство сервисных продуктов в пределах рыночных отношений и благодаря профессионализму подготовленных работников. Основными понятиями в сервисной деятельности являются: услуга, обслуживание, служба- действия, направленные на удовлетворение потребностей общества. На сегодняшний день сервисная деятельность проникла во все сферы жизнедеятельности человека: социальные, политические, культурные, духовные. В каждой сфере она выполняет свои функции и должна обладать определенными признаками. Среди этих признаков можно выделить: комплексность обслуживания, адекватность технического обслуживания современным требованиям, универсальность. Сервисная деятельность является заключительным этапом создания ценностей, способных удовлетворить потребности человека. Сами же ценности возникают в тот самый момент, когда происходит взаимодействие между людьми. Сфера сервисной деятельности многофункциональна, и именно поэтому перед разработчиками становится очень сложная задача - из ограниченного количества различных комбинаций выбрать именно ту, в которой человек нуждается в данный момент. Сервисная деятельность организаций и индивидуальных предпринимателей вносит большой вклад в развитие экономики государства. Она обеспечивает рост экономического благосостояния страны; трудоустройство населения; экономию времени и средств людей; улучшение качества жизни населения; развитие производства. Сервисная деятельность имеет предмет деятельности. Предмет деятельности - это то, на что направлена деятельность субъекта, способная преобразить окружающий мир. В сервисной деятельности предмет выступает как отношения, которые в момент оказания или потребления услуг подвергаются воздействию. Например, в таком виде сервисной деятельности, как образование, в качестве предмета в первую очередь выступают те лица, которые и получают образование. Главной особенностью в предоставлении услуг в данном виде сервисной деятельности является то, что субъект, т.е. преподаватель, должен не просто передать информацию, но и приложить все усилия, суметь увидеть в ученике равного партнера, который заинтересован в участии в процессе и в результате совместной деятельности. Таким образом, можно заметить, что главной отличительной чертой сервисной деятельности является активность всех участников сервисной деятельности. В противном случае процесс потребления образовательных услуг, которые предоставляет данный вид сервисной деятельности, становится лишь формальностью. Будет получен документ об образовании, но не знания, умения и навыки, которые являются основными составляющими сервисной деятельности в сфере образования. Современный потребитель предъявляет достаточно высокие требования к качеству предоставляемых услуг. Американский маркетолог Симон Адамс утверждает, что не менее 50% потерь в бизнесе - результат плохого обслуживания или его отсутствия как такового вообще, а не высоких цен, как многим кажется [1, с. 214]. В борьбе за клиента сервисные организации все чаще обращаются не столько к техническим новшествам, сколько к гуманитарным технологиям, таким как консультирование, обучение, информирование, имиджмейкинг - это своеобразная, по мнению известного американского экономиста Т. Левитта, "конкуренция по-новому". В качестве вывода, можно отметить, что сервисная деятельность, направленная на предоставление клиентам качественных услуг, в подавляющем большинстве зависит от таланта, опыта и знаний того человека, который ее предлагает. Таким образом, актуальность изучения сервиса заключается в его значимой роли для успешности бизнеса и удовлетворения потребностей современного рынка. Объектом исследования является сервисная деятельность, её структура, сущность и виды. Предметами исследования являются: - виды сервисной деятельности; - структура сервисной деятельности. Целью данного курсового проекта является определение теоретической базы понятия "сервисная деятельность": рассмотреть сущность сервисной деятельности, её виды, какую структуру имеет. Для достижения обозначенных целей были поставлены задачи: - понять сущность сервисной деятельности; - выделить её основные виды; - определить структуру сервисной деятельности. К основным, использованным, при написании курсового проекта методам относятся: - анализ; - сопоставление; - сравнение; - дедукция; - классификация. На тему сервисной деятельности написано множество статей и иных научных трудов. Наиболее значимые для изучения, раскрытия темы были изучены труды: - Адамс, С. Профессиональные продажи и коммерческие переговоры / С. Адамс. - Минск : Амалфея, 1998; - Смирнова, Е. Т. Сервисная деятельность (введение в сервисологию) : учеб. пособие / Е. Т. Смирнова. - М. : МГУС, 2004; - Королева Н.И. Психология сервисной деятельности как теоретико-методологическая и практическая основа подготовки профессионалов сервисной сферы: Научная статья / Королева Н.И. - М., 2012. В данном курсовом проекте так же раскрываются термины: - работа; - психология сервиса; - культура сервиса. А так же произведён анализ стандарта - ГОСТ 30390-2013 Услуги общественного питания.

Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия опираясь на стандарт - ГОСТ 1.5-2012 "Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения". ГЛАВА 1. СТРУКТУРА И ВИДЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 1.1. Сервис как особый вид деятельности Сервис как особый вид деятельности охватывает широкий спектр услуг и продуктов, предназначенных для удовлетворения потребностей и желаний потребителей. Этот вид деятельности имеет свои особенности и требует особого подхода со стороны предприятий и организаций. В первую очередь, сервис ставит в центр внимания потребителя, его нужды и ожидания. Понимание потребностей клиентов, их предпочтений и запросов является основой успешной сервисной деятельности. Поэтому компании, занимающиеся сервисом, должны уделять особое внимание анализу рынка, изучению потребностей клиентов и разработке индивидуальных подходов к каждому клиенту. Одной из особенностей сервисной деятельности является высокий уровень взаимодействия с клиентами. Успешные сервисные компании стремятся к установлению долгосрочных и доверительных отношений с клиентами, предлагая им уникальные услуги и персонализированный подход. Коммуникация с клиентами, обратная связь и учёт пожеланий клиентов играют важную роль в сервисной деятельности. Еще одной особенностью сервиса является его нематериальный характер. В отличие от производства материальных **товаров**, сервис представляет собой набор услуг, знаний, **навыков и опыта**, направленных на удовлетворение потребностей клиентов. Поэтому сервисные компании выделяются тем, что они предоставляют нечто большее, чем просто продукт - они создают ценность и уникальный опыт для своих клиентов. Таким образом, сервис как особый вид деятельности требует особого внимания к потребностям клиентов, умения эффективно взаимодействовать с ними, а также предложить им уникальный и ценный опыт. **Успешные сервисные компании, следуя** этим принципам, могут достичь высокой степени конкурентоспособности и удовлетворённости клиентов. 1.2. Структура сервисной деятельности Сервисная деятельность имеет свою структуру, **которая включает** несколько **ключевых** элементов и этапов, необходимых для обеспечения качественного и эффективного обслуживания клиентов. Рассмотрим основные составляющие структуры сервисной деятельности: 1. Анализ потребностей клиентов. Первым и одним из самых важных шагов в структуре сервисной деятельности является изучение и анализ потребностей клиентов. Компании должны тщательно исследовать запросы и ожидания целевой аудитории, чтобы адаптировать свои услуги под их потребности. 2. Разработка концепции сервиса. На этапе разработки концепции сервиса формируются цели и стратегия обслуживания клиентов. Определяются уникальные преимущества и особенности сервиса, а **также планируется** способ доставки услуг и взаимодействия с клиентами. 3. Организация сервисного процесса. Этот этап включает в себя составление плана действий, определение ролей и обязанностей сотрудников, а также создание структуры и процедур для эффективного и качественного предоставления услуг клиентам. 4. Обучение и мотивация персонала. Важным элементом в структуре сервисной деятельности является подготовка сотрудников, обучение и развитие их навыков обслуживания клиентов. Компании должны инвестировать в обучение персонала и мотивацию, чтобы создать команду, способную обеспечить высокий уровень сервиса. 5. Оценка качества обслуживания. Последний этап в структуре сервисной деятельности - это оценка качества предоставляемых услуг. Компании должны регулярно собирать обратную связь от клиентов, анализировать данные и вносить улучшения в свои сервисные процессы для повышения удовлетворенности клиентов. Таким образом, структура **сервисной деятельности включает** в себя несколько ключевых этапов, начиная с **анализа** потребностей клиентов и заканчивая оценкой качества обслуживания. Каждая из этих составляющих играет важную роль в обеспечении успешного и эффективного выполнения сервисных функций и **удовлетворении** потребностей клиентов. 1.3. Виды сервисной деятельности Сервисная деятельность охватывает широкий спектр услуг, предназначенных для удовлетворения потребностей и желаний клиентов. Различные **отрасли экономики предлагают разнообразные** виды сервисов, **охватывающие** как поддержку технических устройств, **так и организацию мероприятий**. Рассматривая основные виды сервисной деятельности можно выделить: 1. Техническое обслуживание и ремонт. Этот вид сервисной деятельности включает в себя услуги по обслуживанию и ремонту различных технических устройств, начиная от компьютеров и бытовой техники, и заканчивая автомобилями и промышленным оборудованием. Ключевым аспектом этого вида сервиса является обеспечение надежной и эффективной работы техники клиентов. 2. Консалтинг и бизнес-услуги. Этот вид сервисов включает в себя различные консалтинговые услуги, такие как стратегическое планирование, маркетинговые исследования, управление персоналом и другие. Компании предоставляют клиентам профессиональные консультации и рекомендации для оптимизации их бизнес-процессов. 3. Туристическая и гостиничная отрасль. Этот вид сервисов охватывает услуги туристических агентств, агрегаторов бронирования, гостиниц и отелей, ресторанов и других заведений, связанных с туристическим бизнесом. Целью этой деятельности является обеспечение комфортного и приятного отдыха для клиентов. 4. Медицинские и фармацевтические услуги. Этот вид **сервисов предоставляет** клиентам медицинские услуги, лечение заболеваний, диагностику и консультации специалистов. **Компании в этой отрасли также занимаются производством и продажей лекарств.** 5. Образовательные услуги. Этот вид сервисной деятельности охватывает услуги образования и развития, включая школы, колледжи, университеты, курсы повышения квалификации и тренинги. Целью этих услуг является обучение и развитие компетенций учащихся. Таким образом, виды сервисной деятельности разнообразны и включают в себя широкий спектр услуг, направленных на удовлетворение различных потребностей клиентов. Каждый вид сервиса имеет свои особенности и требует специального подхода со стороны предприятий, чтобы обеспечить качественное обслуживание и удовлетворение клиентов. 1.4. Тенденции возрастания потребления услуг в современном обществе и их причины Современное общество характеризуется все большим спросом на различные виды услуг. Это связано с изменениями в жизни людей, их потребностями и ценностями. Рассмотрим основные тенденции возрастания потребления услуг и их причины: 1. Рост уровня доходов. Увеличение уровня доходов населения позволяет людям покупать больше товаров и услуг. Потребители становятся более требовательными и стремятся к улучшению своего качества жизни, включая разнообразные услуги, такие как туризм, медицинские услуги, культурные мероприятия и другие. 2. Развитие технологий. Технологический прогресс существенно изменил способы предоставления услуг. Он предложил новые способы коммуникации, онлайн-сервисы, цифровые платформы,

которые делают услуги более доступными и удобными для клиентов. Электронная коммерция, онлайн-консультации, облачные сервисы - все это способствует увеличению спроса на услуги. 3. Увеличение мобильности и глобализации. Люди становятся все более мобильными и глобально связанными. Это приводит к увеличению спроса на услуги, связанные с путешествиями, международным обменом, культурным обменом и другими аспектами глобализации. 4. Рост уровня образования. С увеличением уровня образования и осведомленности у населения люди стремятся получать новые знания, навыки и образовательные услуги. Это ведет к повышенному спросу на образовательные услуги, тренинги, курсы повышения квалификации. 5. Изменение социокультурных ценностей. Современное общество все более ценит индивидуальность, комфорт, удобство и качество жизни. Эти ценности отражаются в повышенном спросе на услуги, которые удовлетворяют эти потребности. Таким образом, тенденции возрастания потребления услуг в современном обществе обусловлены различными факторами, такими как рост уровня доходов, развитие технологий, увеличение мобильности, уровня образования и изменение социокультурных ценностей. Понимание этих тенденций помогает компаниям и предпринимателям адаптироваться к изменяющимся потребностям и предложить клиентам качественные и востребованные услуги. 1.5. Природа и характер сервисной деятельности Сервисная деятельность играет ключевую роль в современной экономике и обществе. Она представляет собой процесс предоставления услуг, направленных на удовлетворение потребностей и желаний клиентов. Рассмотрим