Министерство образования и молодежной политики

Свердловской области

ГАПОУ СО «Красноуфимский педагогический колледж»

**«Управленческое воздействие на подчинённых »**

*Практическая работа №28 по «МДК 05.01»*

**Составитель:** Елисеев В. С.,

студент 44 группы, специальность 09.02.05

«Прикладная информатика»

**Преподаватель:** Анашкина Т.С.,

преподаватель математики и информатики

г. Красноуфимск

2024

**Эмоциональное влияние**

Пример 1:

Пример эмоционального влияния, заражения и подражания может быть представлен в контексте популярности какого-либо музыкального исполнителя или группы.

1. Эмоциональное влияние: Молодой человек, слушая музыку своего любимого исполнителя, начинает испытывать положительные эмоции от песен, таких как радость, вдохновение, подъем настроения. Это влияет на его эмоциональное состояние, делая его более счастливым и энергичным.
2. Заражение: По мере того, как все больше людей начинают слушать музыку этого исполнителя, позитивные эмоции и настроение начинают распространяться среди слушателей. Благодаря механизму социального заражения, люди, слушающие музыку, начинают испытывать те же эмоции, что и окружающие их люди.
3. Подражание: в конечном итоге, многие слушатели начинают подражать своему любимому исполнителю, копируя его стиль одежды, поведение на сцене и даже манеру исполнения песен. Это происходит из-за желания быть похожими на своего кумира, что также является проявлением эмоционального влияния и заражения.

Пример 2:

Эмоциональное влияние:  
Представь себе ситуацию: ты находишься на мероприятии, где ведущий выступает с пылом и энтузиазмом. Его эмоции и энергия заражают всех в зале, и вскоре ты сам начинаешь чувствовать подъем и вдохновение. Это пример эмоционального влияния, когда чувства одного человека передаются другим, создавая общее настроение и эмоциональную атмосферу.  
  
Заражение:  
Допустим, в твоей компании работает коллега, который всегда полон идей и энтузиазма. Его позитивное отношение к работе и талант мотивировать других начинают заражать всех вокруг. Вскоре ты замечаешь, что и ты начинаешь смотреть на задачи более оптимистично и энергично, под влиянием этого коллеги. Это и есть пример заражения позитивными качествами и энергией другого человека.  
  
Подражание:  
Представь, что у тебя в команде есть менеджер, который отлично справляется с делами, всегда доброжелателен и эффективно решает проблемы. Ты начинаешь замечать, как его подход к работе приносит результаты и вызывает уважение со стороны коллег. И вдохновленный его примером, ты начинаешь подражать его методам и стремиться к таким же высоким результатам.

**Рассудочное влияние**

**Ситуация 1 (пример 1)**

Представим, что управляющий отделом рекламы в крупной компании рассматривает внедрение новых стратегий для увеличения объемов продаж. Для этого ему необходимо убедить своих подчиненных в необходимости изменений.  
1. Внушение:  
Он начинает делиться статистикой и исследованиями о том, какие результаты могут быть достигнуты при применении новых стратегий. Он убеждает своих сотрудников в эффективности и необходимости внедрения изменений.  
2. Убеждение:  
Управляющий проводит презентации и обсуждения, объясняет логику и преимущества новых стратегий, используя аргументацию и факты. Он убеждает свою команду в том, что эти изменения необходимы для дальнейшего успеха отдела и компании в целом.  
3. Просьбы:  
Подчиненные видят, что управляющий искренне просит их поддержать и принять предлагаемые изменения в работе. Они видят в его запросах уважение к их мнению и понимание важности их роли в процессе изменений.  
4. Угрозы:  
В случае отказа управляющий обсуждает возможные риски и последствия для результатов работы и карьерного развития сотрудников в случае игнорирования предложенных изменений.  
5. Подкуп:  
Управляющий предлагает бонусы или привилегии за успешную реализацию новых стратегий, что может мотивировать сотрудников действовать в соответствии с его требованиями.  
6. Приказы:  
В случае, если остальные методы не привели к желаемому результату, управляющий может принять решение дать четкие указания и приказы о необходимости внедрения изменений в работу.

**Ситуация 2(пример 2)**

Предположим, что управляющий отделом разработки программного обеспечения сталкивается с необходимостью внедрения новых методологий разработки для улучшения производительности и качества продукта. Взглянем на пример применения различных методов влияния:  
1. Внушение:  
Управляющий проводит презентацию, где демонстрирует успешные кейсы других компаний, которые внедрили подобные методологии и добились значительных улучшений в работе. Используя убедительные аргументы, он внушает сотрудникам, что новые методы могут повысить эффективность и качество их работы.  
2. Убеждение:  
Он проводит обучающие семинары и воркшопы, где демонстрирует основные принципы новых методологий и объясняет, как они могут положительно повлиять на результаты работы отдела. Через логические и аргументированные рассуждения он старается убедить сотрудников в необходимости изменений.  
3. Просьбы:  
Управляющий обращается к своим сотрудникам с просьбой активно участвовать в испытании новых методологий и дать обратную связь. Он выражает уверенность в способности команды адаптироваться к новым изменениям и просит поддержки и сотрудничества в процессе внедрения.  
  
4. Подкуп:

Для мотивации сотрудников управляющий может предложить дополнительные бонусы или возможность профессионального роста тем, кто эффективно применит новые методологии и достигнет хороших результатов. Это может стимулировать сотрудников активно вовлекаться в процесс изменений.  
  
5. Приказы:  
В критических ситуациях, когда необходимо немедленно внедрить изменения, управляющий может выдать clear, четкие указания о необходимости следовать новым методологиям, подчеркивая их важность для успешного решения текущих задач и достижения целей отдела.

6. Угрозы:  
В случае несоблюдения новых методологий или нежелания сотрудников принять изменения, управляющий может предупредить о возможных негативных последствиях для работоспособности отдела или для карьерного роста конкретных сотрудников. Угрозы могут быть обоснованными и являться стимулом для серьезного отношения к новым методологиям и их внедрению.