

Министерство образования и молодежной политики
Свердловской области
ГАПОУ СО «Красноуфимский педагогический колледж»

**ПЗ №33. Деловое и управленческое общение в
профессиональной деятельности
МДК05.01**

Составитель: Игнатьева С.И.,
студентка 44 группы, специальность
09.02.05 Прикладная информатика
(по отраслям)

Преподаватель: Анашкина Т.С.,
преподаватель математики и
информатики

г. Красноуфимск
2024

Задание:

1. Проблемы, возникшие на участке и требующие разрешения:

- Трудности с реализацией продукции.
- Низкая эффективность работы собственного магазина.
- Низкая конкурентоспособность предприятия.
- Низкая эффективность работы логистики завода.
- Увеличение задержки оплаты за поставленную продукцию.
- Сбои при доставке продукции в магазины.

2. Вид совещания: проблемное (совещание с целью принятия решения), 1,5-2 часа

3. Повестка дня:

- Итоги работы предприятия за последний месяц.
- Анализ конкуренции на рынке.
- Проблемы с реализацией продукции и их причины.
- План мероприятий по улучшению работы собственного магазина.
- Меры по ускорению оплат за продукцию.
- Оптимизация процесса доставки продукции.

4. Список ответственных руководителей, которых необходимо пригласить на совещание:

Директор магазина предприятия – необходим для полного выяснения факторов, влияющих на работу заведения.

Руководитель отдела логистики – необходим для разьяснения ситуации с перебоями продукции и поиском общего решения.

Менеджер по маркетингу – необходим для того, чтобы найти решение сложившейся ситуации с помощью своих знаний, организовать ряд рекламных нововведений, связанных с предприятием.

Руководитель отдела качества – необходим для того, чтобы подобрать и направить наиболее квалифицированных и опытных специалистов из отдела для

решения ряда проблем, которые потенциально могут быть связаны с качеством продукции и обслуживания клиентов.

Специалист по работе с клиентами – необходим для организации и контроля переговоров с заказчиками предприятия, а также для того, чтобы организовать новую стратегию поиска клиентов.

Экономист – необходим для решения проблем, связанных с экономической стратегией предприятия.

5. Предложения по решению проблем:

- Трудности с реализацией продукции.

Для решения проблемы реализации продукции, предприятию следует проанализировать рынок и определить потребности потребителей, а также оптимизировать ценообразование и маркетинговые стратегии.

- Низкая эффективность работы собственного магазина.

Для повышения эффективности работы собственного магазина, предприятию нужно внедрить современные технологии и оптимизировать процессы, связанные с закупками, хранением и продажей товаров.

- Низкая конкурентоспособность предприятия.

Конкурентоспособность предприятия можно повысить с помощью его ребрендинга, для чего нужен менеджер по маркетингу. Так и проверив качество продукции, при необходимости направив его в нужном направлении (сделав менее или более качественным, в зависимости от категории потребителей), для этого необходим специалист из отдела качества.

Также, для того чтобы иметь возможность более качественно конкурировать, можно начать производить новую продукцию, у которой нет аналогов или которые выполнены в более низком качестве.

К тому же, многочисленные акции, рекламы и изменение упаковок продукции также могут повысить востребованность поставляемых продуктов.

- Низкая эффективность работы логистики завода

Для улучшения работы логистики завода, предприятию следует оптимизировать маршруты доставки, использовать современные транспортные средства и программное обеспечение для отслеживания грузов.

- Увеличение задержки оплаты за поставленную продукцию.

Для уменьшения задержки оплаты за поставленную продукцию, предприятию необходимо установить чёткие условия оплаты и контролировать их соблюдение, а также использовать системы электронного документооборота и автоматизации расчётов.

- Сбои при доставке продукции в магазины.

Для устранения сбоев при доставке продукции в магазины, предприятию следует оптимизировать логистическую сеть, использовать надёжных партнёров и предоставлять качественный сервис своим клиентам.

6. Решение, которое предлагается провести на совещании: принять внедрение новой маркетинговой стратегии с уклоном на продвижение собственного магазина, определить ответственного за ее выполнение и установить контрольные сроки. Организовать переговоры с потенциальными новыми заказчиками. Провести анализ текущих бизнес-процессов и внедрить улучшения в логистической цепочке.

Контрольные вопросы:

1. Деловые переговоры — это процесс взаимодействия сторон с целью достижения соглашения по какому-либо вопросу. Классификация деловых переговоров:

1. По характеру взаимодействия:

- Конкурентные переговоры: стороны стремятся достичь своих целей, не учитывая интересы другой стороны.
- Кооперативные переговоры: стороны сотрудничают и учитывают интересы друг друга для достижения общей цели.

- Компромиссные переговоры: стороны находят баланс между своими интересами и интересами другой стороны, стремясь к взаимопониманию.

2. По участию сторон:

- Двухсторонние переговоры: участвуют две стороны.
- Многосторонние переговоры: участвуют три и более сторон.

3. По процессу проведения:

- Открытые переговоры: доступны для всех заинтересованных лиц.
- Закрытые переговоры: проводятся только между участниками, без доступа посторонних лиц.

4. По области решения:

- Торговые переговоры: касаются вопросов купли-продажи товаров и услуг.
- Технические переговоры: связаны с обменом технической информацией и опытом.
- Экономические переговоры: направлены на обсуждение экономических вопросов и стратегий.

2. Методы ведения переговоров:

Позиционный торг — участники выбирают конфронтацию и спорят по каждому конкретному вопросу. Может быть мягким и жёстким. Мягкий торг допускает уступки ради достижения соглашения, жёсткий — не предполагает уступок. Этот метод помогает отстоять свою позицию, но может привести к конфликту.

Конструктивные переговоры — партнёрский тип поведения сторон, стратегия «win-win», разработанная специалистами Гарвардского проекта Брюсом Паттоном, Уильямом Юри и Роджером Фишером. Обе стороны стремятся учесть интересы друг друга и найти взаимовыгодное решение.

Вариационный метод используется на подготовительном этапе переговоров и заключается в распределении предполагаемых результатов на идеальное, оптимальное и вынужденное решение, а также сроки его выполнения.

Компромиссный метод — это готовность партнёров учитывать интересы друг друга и идти на уступки, что может потребовать отказа от исходных требований и формулировки новых.

Метод интеграции применяется, когда партнёр не отступает от узковедомственных интересов и ведёт позиционный торг. В этом случае важно убедить партнёра в необходимости учёта общественных взаимосвязей, которые сулят взаимную выгоду.

3. Техника ведения переговоров включает следующие этапы:

Определение цели переговоров: определите, чего вы хотите достичь в результате переговоров (заключение сделки, новый договор, получение средств, соглашение о сотрудничестве).

Подготовка: подготовьте несколько вариантов развития переговоров, отрепетируйте их заранее, позаботьтесь о своём внешнем виде (деловой костюм, аккуратная причёска, умеренный макияж), возьмите с собой необходимые атрибуты (визитки, презентация, вода, договоры).

Соблюдение основных правил: говорите чётко, будьте честными, уточняйте информацию, будьте вежливыми, не пытайтесь перетянуть одеяло на себя, не заискивайте перед собеседником.

Ведение переговоров: слушайте собеседника, задавайте вопросы, демонстрируйте понимание его точки зрения, ищите компромиссы, стремитесь к взаимовыгодному сотрудничеству.