



Scenariusz zajęć

Temat 4 - Negocjacja umowy

Czas: 4 jednostki lekcyjne (4*45 minut)

Cele operacyjne:

Uczeń potrafi:

- Wymienić formy negocjacji oraz jej zasady.
- Zastosować różne style negocjacji.
- Negocjować warunki porozumienia międzybranżowego.
- Wypracować kompromis w trakcie procesu negocjacji.
- Omówić elementy budowy wizerunku firmy.
- Przygotować ofertę na wykonanie prac budowlanych.

Metody pracy:

Ćwiczenia i zabawy integracyjne, psychodrama, dyskusja.

Przebieg lekcji:

Wprowadzenie ma polegać na przekazaniu informacji dotyczącej form negocjacji i zasad ze zwróceniem uwagi na szczegóły. Wykorzystaj prezentację z załącznika.

Przewidywany czas - 10 minut

ZAŁĄCZNIK 1 – Prezentacja „Komunikacja w negocjacjach”

Zadanie 1.

W wydzielonych grupach uczniowie otrzymują ćwiczenia – indywidualne dla każdej grupy. Zasadą tych zadań jest zdobycie umiejętności dotyczących stanowisk i interesów

1. Pomarańcza , czyli wiele hałasu o nic.

Dwóch uczestników odgrywa scenkę kłótni rodzeństwa o pomarańczę nie znając nawzajem swoich intencji. Brat potrzebuje skórkę, aby zrobić lódki na zajęcia do szkoły i przekazać ją choremu dziecku, siostra chce zrobić sok. Istotą problemu jest ustalenie po co każdemu z nich potrzebna jest pomarańcza.

2. Jajko

Dwóch uczestników odgrywa scenkę, w której przekonują się nawzajem, że jedyne pozostałe w lodówce jajko należy właśnie do niego. Podobnie jak w życiu każda z osób uważa, że jej argumenty są bardziej przekonujące. Początkowo uczestnicy zupełnie się nie słuchają. Stopniowo pojawiają się w rozmowie dodatkowe argumenty, z których wynika, że tak naprawdę nie ma powodu do rozbieżności zdań. (scenka dramy wymaga przekazania instrukcji każdej ze stron)

3. Porozmawiajmy o...

Uczestnicy dobierają się w trzyosobowe grupy. Dwie osoby są rozmówcami, a trzecia jest obserwatorem, którego zadanie polega na identyfikacji pojawiających się barier komunikacyjnych. Rozmowy dotyczą sposobów rozwiązywania konfliktów rówieśniczych - jedna z osób chce przekonać koleżankę/ kolegę by pożyczyła/pożyczył jej/jemu samochód .

4. Kto ma rację?

Grupa dzieli się na trzyosobowe zespoły. Dwie osoby rozwiązują konflikt wg zasad podanych wcześniej, a trzecia pełni rolę obserwatora i udziela informacji zwrotnych. Uczestnicy rysują na kartce papieru cyfrę 6 i ustawiają się tak by jeden z nich widział ją od góry a drugi od dołu. Ich zadaniem jest przekonanie drugiej strony jaka cyfra jest napisana na kartce.

Uczniowie otrzymują po 5 minut na opracowanie zadania. Po tym czasie każda z grup krótko prezentuje wynik przed pozostałymi.

Przewidywany czas - 15 minut

Nauczyciel podsumowuje zadanie zwracając szczególną uwagę styl prowadzenia negocjacji:

Podstawowy podział negocjacji obejmuje:

- Negocjacje twarde - charakteryzują się stawianiem drugiej stronie zdecydowanych i konkretnych wymagań; partner w negocjacjach twardych traktowany jest jako przeciwnik. Charakteryzują się unikaniem wszelkich kompromisów;
- Negocjacje miękkie - charakteryzują się częstym stosowaniem uników i znaczną uległością przynajmniej jednego negocjatora. Specyficzne jest dla nich poszukiwanie polubownego rozwiązania, nawet za cenę ewentualnych strat własnych i nie osiągnięcia zamierzonego celu.

Można wyróżnić pięć podstawowych stylów prowadzenia negocjacji:

- kompromis,
- dominacja,
- dostosowanie się,
- unikanie,
- negocjacje integratywne.

KOMPROMIS - jest to styl charakteryzujący się specyficznym podejściem, zgodnie z którym w procesie negocjacyjnym każda ze stron osiąga pewne korzyści, ale też notuje na swoim koncie określone straty. Osiągnięte przez strony negocjacji wzajemne porozumienie nie zaspokaja w pełni oczekiwań i potrzeb żadnego z negocjatorów, a jedynie zapewnia podtrzymanie poprawnych relacji.

DOMINACJA - jest to styl prowadzenia negocjacji polegający na usiłowaniu zrealizowania osobistych celów i zamierzeń w sposób wykluczający lub ograniczający możliwość zaspokojenia jakichkolwiek potrzeb strony przeciwnej. Styl ten jest wykorzystywany głównie przez osoby silne psychicznie i lubiące rywalizację, które przejawiają skłonności przywódcze i pewnie dążą do uzyskania władzy. Charakteryzują ją takie cechy, jak: głównym celem jest wygrana; strony negocjacji są względem siebie przeciwnikami; stanowcze obstawanie przy własnym stanowisku; bycie stanowczym i nieustępliwym wobec drugiej strony; zdecydowana obrona własnego punktu widzenia; częste wywieranie nacisku; dążenie do znalezienia rozwiązania korzystnego tylko dla jednej strony; osiągnięcie jednostronnych korzyści jako główny sposób na stworzenie możliwości porozumienia.

DOSTOSOWANIE SIĘ - jest to styl negocjowania, który polega na świadomym zrezygnowaniu z możliwości zrealizowania osobistych celów i założeń po to, aby swe interesy mogła zaspokoić druga strona. Głównym wyznacznikiem takiego postępowania jest chęć utrzymania poprawnych stosunków i wzajemnych relacji ze stroną przeciwną. Styl ten jest wybierany przede wszystkim przez osoby, które łatwo ulegają wpływom, są ufnie i niekonfliktowe. Najważniejsze cechy tego stylu to: strony negocjacji są względem siebie przyjaciółmi; podstawowym założeniem jest osiągnięcie porozumienia; dopuszczanie się ustępstw w celu dbania o poprawność wzajemnych relacji; okazywanie zaufania; bezwzględne dążenie do kompromisu i porozumienia; posługiwanie się ofertami; możliwość szybkiej zmiany zdania; decydowanie się na jednostronną stratę dla osiągnięcia porozumienia; dążenie do znalezienia rozwiązania korzystnego dla drugiej strony.

UNIKANIE - jest to styl prowadzenia negocjacji charakteryzujący się biernością, unikaniem wyraźnych działań czy wręcz stosowaniem ucieczki. Styl ten nazywany również bywa: izolacją, ucieczką bądź obojętnością. Taki sposób postępowania jest wynikiem przeświadczenia, że prowadzenie negocjacji jest nieopłacalne, gdyż możliwe korzyści wynikające z osiągniętego porozumienia będą prawdopodobnie mniejsze niż koszty poniesione w celu wzięcia udziału w negocjacjach. Styl ten przyczynia się zwykle do poniesienia przez obydwie strony określonych strat. Unikanie stosowane jest zazwyczaj, gdy jedna ze stron: dąży do ukarania strony przeciwnej; zamierza skrzywdzić partnera w negocjacjach; ma zamiar poniżyć i upokorzyć drugą stronę.

NEGOCJACJE INTEGRATYWNE - jest to styl negocjowania, który preferuje podejście typu: wygrana - wygrana. Polega on na wynegocjowaniu porozumienia, które byłoby korzystne i opłacalne dla obydwu partnerów negocjacji. Wśród najważniejszych zasad kształtujących negocjacje integratywne wymienić należy: konieczność oddzielenia ludzi od zaistniałego problemu; opracowywanie rozwiązań korzystnych dla każdej ze stron; stosowanie wyłącznie obiektywnych kryteriów; koncentrowanie się głównie na celach i założeniach, a nie na zajmowanym stanowisku.

Przewidywany czas - 10 minut

Następnie uczniowie pod wodzą nauczyciela przeprowadzają dyskusje o interesach - jako metoda wprowadzenia do efektywnego rozwiązywania problemów

Zadanie 2.

Uczniowie w parach rozmawiają na temat :

Co to według ciebie jest stanowisko negocjacyjne i interes negocjacyjny?

Po rozmowie dzielą się swoimi odpowiedziami zapisując je na tablicy. Unikają powtarzania podobnych sformułowań. Na zakończenie wspólnie z nauczycielem wskazują różnicę między stanowiskami i interesami.

Dyskusja przyjmuje formę burzy mózgów

Przewidywany czas - 10 minut

Zadanie 3.

Negocjacja bezpośrednia – tworzę kompromis

Uczniowie podzieleni zostają na dwie grupy. Ich zadaniem jest utworzenie porozumienia pomiędzy firmami przez nich reprezentowanymi. Utworzona spółka ma łączyć cechy i elementy obu firm.

I grupa - firma monterów hydraulików wykonujących instalacje wewnętrzne i przyłącza sieciowe. Założenia:

- brak zaplecza sprzętu ciężkiego,
- brygada pracująca w godzinach 6.00-14.00,
- maksymalne koszty najmu sprzętu 50 zł/h,
- sprawna brygada robocza,
- mają zamówienia w chwili obecnej i w przyszłości,
- dobra jakość wykonywanych zleceń.

II grupa - firma zatrudniająca specjalistów z uprawnieniami do sprzętu ciężkiego. Założenia:

- pełne zaplecze sprzętu ciężkiego,
- brygada pracująca w godzinach 10-18,
- koszty najmu min. 80 zł/h,
- konieczność szybkiej spłaty kredytu za sprzęt,
- jeden z operatorów złamał nogę i jest na zwolnieniu lekarskim,
- niewielka ilość zleceń,
- problemy ze sprzętem.

Grupy dyskutują w swoim gronie o warunkach umowy i ewentualnych ustępstwach. Ćwiczenie w grupach polega na: zapoznaniu się z charakterystyką własnej firmy/brygady. Powinni zaznaczyć swoje atuty i wady oraz wybrać ich priorytet w procesie negocjacji. Swoje warunki wstępne umieszczają w karcie pracy.

Przewidywany czas - 15 minut

ZAŁĄCZNIK 2 – Karta pracy „Warunki i ustępstwa w negocjacji”

Po opracowaniu grupy wydelegowują po jednym przedstawicielu, a ich celem jest ugoda i ustalenie warunków współpracy z drugą grupą. Pozostali członkowie grup mogą interweniować, uzupełniać informację i sygnalizować przerwy. Praca musi skończyć się polubowną umową między stronami.

Rola nauczyciela to obserwator, który nie może dopuścić do sytuacji konfliktowych i reagować w przypadkach narastania napięcia i agresji. Końcowe wyniki negocjacji zapisują na wcześniejszych kartach pracy.

Przewidywany czas - 15 minut

Podsumowanie polega na porównaniu wstępnych założeń z końcowymi wynikami negocjacji i poinformowaniu obu stron o warunkach brzegowych negocjacji.

Przewidywany czas - 15 minut

Nauczyciel wprowadza uczniów w tematykę wizerunku firmy:

Czym jest wizerunek firmy?

Zacznijmy od uświadomienia sobie, czym jest wizerunek firmy. Pod pojęciem tym kryje się szereg elementów składających się na sposób, w jaki firma jest obecna w umysłach klientów bądź konsumentów. To istnienie naszej firmy w świadomości klientów, pracowników i partnerów biznesowych jest kluczowym aspektem tworzenia wizerunku organizacji w bliskim i dalszym otoczeniu przedsiębiorstwa. **Wizerunek to całokształt wyobrażeń, odczuć, a także oczekiwań interesariuszy dotyczących firmy, tj. usług lub produktów, jakie oferuje, zatrudnionych pracowników i ekspertów, sposobu świadczenia usług i komunikacji z klientem, wartości, jakim hołduje oraz jej kultury organizacyjnej.**

Budowanie wizerunku to proces niełatwy i ciągły. Jednak firmy, które chcą być na rynku liczącym się graczem, nie mają wyjścia i muszą zaangażować się w odpowiednie działania. Jeśli ten proces będzie przemyślany i zrealizowany w sposób spójny i konsekwentny na pewno zapoczentuje w przyszłości.

Jak stworzyć pozytywny wizerunek firmy budowlanej?

- Wykorzystanie Internetu w promocji firmy., budowanie pozytywnego wizerunku firmy oraz wykorzystanie w tym celu możliwości, które managerom firm budowlanych daje Internet jest dziś niezwykle ważne. Szczególne korzyści płyną z dostosowania firmowej strony internetowej do potrzeb dziennikarzy oraz szerokiej współpracy z serwisami branżowymi
- Dobrze zaprojektowany wizerunek firmy w Internecie zapewnia firmom przewagę w postaci szybszego budowania zaufania dla marki i oferowanych przez nią produktów i usług.
- Nic nie jest wieczne. Wizerunek powinien być systematycznie odświeżany.
- Kluczem do budowy wizerunku jest spójność komunikacji marketingowej na wszystkich płaszczyznach.
- Profesjonalnie zaprojektowany wizerunek firmy to bardzo wydajne narzędzie do generowania leadów i sprzedaży. Oszczędności na tym polu zmniejszą liczbę potencjalnych klientów składających zamówienia.
- Nie można być drogą firmą, wyglądając równocześnie na biedną.
- Słaby wizerunek firmy to niższe marże.

Zagadnienia:

- **Problemy firm: spadające obroty firmy oraz niska marża sprzedawanych produktów.**
- **Strona internetowa, jako narzędzia do budowania wizerunku firmy i generowania sprzedaży.**
- **Oceny potencjału biznesowego firmy, z którym mogą mieć problem potencjalni klienci - nie wiedzą, z kim będą pracować i czego się mogą spodziewać.**

Przewidywany czas - 15 minut

Zadanie 4.

Uczniowie dzielą się na grupy – wcielające się w dwie niezależne brygady budowlane. Otrzymują dokumentację planowanej inwestycji (wg. ZAŁĄCZNIK 1 - Scenariusz 1) oraz katalogi producentów. Mogą wykorzystać dane z Internetu.

Każda z brygad ma inne cele nadrzędne :

Brygada A – czas realizacji i jakość

Brygada B – koszt materiałów i maksymalny zysk

Grupa ma za zadanie przygotowanie oferty na wykonanie inwestycji. W grupie należy rozdzielić zadania według następujących ról:

- analiza dokumentacji (jakie roboty materiały, narzędzia są potrzebne),
- określenie czasu realizacji pracy,
- określenie kosztów i zysków,
- określenie jakości pracy i dostępnych materiałów,

Według zaleceń z poprzednich zajęć mają przygotować dwa warianty – jeden optymalny dla brygady pod kątem własnych założeń oraz drugi z pewnymi dopuszczalnymi odstępstwami (ograniczonymi , np. groźbą kar)

Przewidywany czas - 30 minut

Po wykonanej pracy grupy zamieniają się opracowaniami. Ich zadaniem jest negocjacja z drugą grupą (przyjmującą rolę inwestora) według założeń przygotowanych i opracowanych przez drugą grupę. Po otrzymaniu pracy drugiej grupy uczniowie mają czas na zapoznanie się z ich materiałami.

Przewidywany czas - 15 minut

Następuje faza negocjacji pomiędzy grupami. Jedna z nich wciela się w rolę inwestora a druga próbuje wynegocjować warunki opracowane przez tamtą grupę. Ta część zajęć przyjmuje formę scenek obyczajowych. Każda grupa ma przydzielony czas negocjacji.

Przewidywany czas - 15 minut

Podsumowanie – uczniowie otrzymują do opracowania ankietę według załącznika:

ZAŁĄCZNIK 3 – Ankieta „Aktywne słuchanie drogą do negocjacji”

Przewidywany czas - 15 minut