**План**

Введение

Понятие делового общения………………………………………………..3

1. Специфические особенности делового общения……………………..4

2. Виды делового общения………………………………………………….6

Заключение…………………………………………………………………...9

Литература…………………………………………………………………..10

**Введение. Понятие делового общения.**

Деловое общение — это самый массовый вид социального общения. Оно представляет сферу коммерческих и административно-правовых отношений, экономико-правовых и дипломатических отношений.

Новые экономические и социальные условия побудили к коммерческой и организаторской деятельности широкие массы населения. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость обучения языковым формам делового общения, необходимость повышения лингвистической компетентности лиц, вступающих в социально-правовые отношения. Лингвистическая компетентность становится в рыночных условиях непременным компонентом общепрофессиональной подготовки менеджеров, муниципальных служащих, референтов, руководителей всех уровней.

Умение успешно вести деловые переговоры, грамотно составить текст документа, умение работать с документами — важнейшие составляющие профессиональной культуры человека, принимающего решения.

Низкая речевая культура напрямую связана с низкой эффективностью совещаний, переговоров, параличом законов, которые часто составлены так, что их просто нельзя исполнить.

Культура речи является экономической категорией. Высокая речевая культура и развитая экономика в передовых странах неотделимы друг от друга, взаимосвязаны. И наоборот, низкая речевая культура общества определяет соответствующий уровень развития и эффективность экономики.

**1. Специфические особенности делового общения.**

*Заберите у меня всё, чем я обладаю,*

*но оставьте мне мою речь.*

*И скоро я обрету всё, что имел.*

*Д. Уэбстер, английский драматург*

Деловое общение сегодня проникает во все сферы общественной жизни. В коммерческие, деловые отношения вступают предприятия всех форм собственности, частные лица. Компетентность в сфере делового общения непосредственно связана с успехом или неуспехом в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле. Что касается менеджеров, предпринимателей, организаторов производства, людей, занятых в сфере управления, то коммуникативная компетентность для представителей этих профессий представляет важнейшую часть профессионального облика.

Менеджер — это профессиональный коммуникатор, т. е. человек, для которого речевая деятельность является важнейшей составляющей профессиональной деятельности. *Коммуникации в деятельности менеджера занимают более 60% рабочего времени. Поэтому достаточная степень коммуникативной компетентности — это необходимое условие успешной деятельности менеджера любого направления. Причём речь идёт об особом типе общения, об управляемом общении.*

«Бизнес — это умение разговаривать с людьми», — говорят предприимчивые американцы.

Один из выдающихся менеджеров США, президент крупнейшего в мире автогиганта, компании «Форд и «Крайслер» Ли Якокка в своей книге «Карьера менеджера» пишет: «Управление представляет собой не что иное, как настраивание людей на труд. Единственный способ настраивать людей на энергичную деятельность — это общаться с ними».

*Специфика делового общения заключается в том, что столкновение, взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование осуществляются в правовых рамках.* Чаще всего люди вступают в деловые отношения, чтобы юридически оформить взаимодействия в той или иной сфере. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся партнерские отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

Другой специфической особенностью делового общения является его регламентированность, т. е. подчинённость установленным правилам и ограничениям.

Эти правила определяются типом делового общения, его формой, степенью официальности и теми конкретными целями и задачами, которые стоят перед общающимися. Эти правила определяются национальными культурными традициями и общественными нормами поведения.

Они фиксируются, оформляются в виде протокола (делового, дипломатического), существуют в виде общепринятых норм социального поведения, в виде этикетных требований, ограничений времен ной рамки общения.

Важная особенность делового общения — это строгое соблюдение его участниками ролевого амплуа. В жизни мы постоянно исполняем, играем различные роли: жены, мужа, сына, дочери, гражданина, начальника, продавца, покупателя и т.д. В течение дня наши роли могут несколько раз меняться. То же происходит и в деловом общении. В процессе взаимодействия деловому человеку в разных ситуациях приходится быть и начальником, и подчиненным, и коллегой, и партнером, и участником какого-либо мероприятия и т. п. Необходимо учитывать это и вести себя в соответствии с требованиями, предъявленными конкретной обстановкой и принятой ролью. Соблюдение ролевого амплуа в деловом общении упорядочивает, стабилизирует рабочий процесс и тем самым обеспечивает его эффективность.

К особенностям делового общения относится и повышенная ответственность участников за его результат. Ведь успешное деловое взаимодействие во многом определяется выбранной стратегией и тактикой общения, т. е. умением правильно сформулировать цели разговора, определить интересы партнеров, выстроить обоснование собственной позиции и т. д. Если деловое общение проходит неэффективно, это может привести к провалу самого дела.

Поэтому в деловом общении особую значимость приобретают такие важные качества деловых людей, как обязательность, организованность, верность слову, а также соблюдение нравственно-этических норм и принципов.

Деловое общение требует и более строгого отношения к использованшо его участниками речевых средств. В деловом общении не допускаются бранные слова и нецензурные выражения, просторечие, нежелательным является использование слов ограниченной сферы употребления (жаргонизмов, диалектизмов, архаизмов и др.).

**2. Виды делового общения.**

В зависимости от различных признаков деловое общение делится на:

1. устное — письменное (с точки зрения формы речи);

2. диалогическое — монологическое (с точки зрения однонаправленности / двунаправленности речи между говорящим и слушающим);

3. межличностное — публичное (с точки зрения количества участников);

4. непосредственное — опосредованное (с точки зрения отсутствия / наличия опосредующего аппарата);

5. контактное — дистантное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

Все перечисленные факторы делового общения формируют характерные особенности деловой речи.

В большей степени различаются устная и письменная деловая речь: обе формы речи представляют системно различающиеся разновидности русского литературного языка. Если деловая письменная речь представляет официально-деловой стиль речи, то устная деловая речь — различные формы гибридных стилевых образований.

Значительны языковые различия между диалогической и монологической деловой речью. Если монологическая речь в большей степени тяготеет к книжной речи, то диалогическая — к разговорной, что отражается в первую очередь на текстовой организации и синтаксических особенностях речи. Диалогическое общение — это межличностное по преимуществу общение, а публичная речь — это монологическая речь.

Дистантное, всегда опосредованное общение (телефонный разговор, почтовое и факсовое отправление, пейджинговая связь и т. п.) отличается от контактного, непосредственного повышенным вниманием к интонационному рисунку речи (устное общение), краткостью и регламентированностью, невозможностью использования жестикуляции и предметов в качестве носителей информации.

Деловое общение представляет собой широкий диапазон жанровых разновидностей письменного и устного общения.

Письменная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена всеми видами деловых писем, документами, фиксирующими социально-правовые отношения — контрактами (договорами), соглашениями и всеми типами сопутствующих документов. Устная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т. п.

Совещание, собрание представляют собой особый тип протокольного общения, в котором по большей части представлена монологическая деловая речь, не только имеющая письменную природу, но и существующая сразу в двух формах устной и письменной.

Сегодня рамки делового общения расширяются. Реклама, светское общение становятся неотъемлемой составляющей делового общения. Успех предприятия, дела сегодня во многом зависит от умения представить свои позиции в наиболее выгодном свете, заинтересовать потенциального партнера, создать благоприятное впечатление. Поэтому, помимо читаемой монологической речи, в практику делового общения все активнее входит подготовленная, но нечитаемая монологическая речь (презентационная речь, торжественная речь, вступительное слово на различных встречах), поздравительные письма и другие этикетные тексты.

Владение всеми перечисленными жанрами делового общения входит в профессиональную компетенцию менеджера, руководителя.

# Заключение

Итак, деловое общение — это межличностное общение с целью организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой, управленческой и т. д.

В этом определении подчёркивается цель делового общения — *организация плодотворного сотрудничества*, а также отмечается, что оно неразрывно связано с самыми различными сферами деятельности людей. Ведь постоянно приходится обсуждать вопросы, связанные с организациёй производства, с жизнью трудового коллектива, выполнением должностных и служебных обязанностей, заключением различного рода сделок, договоров, принятием решений, оформлением документов и т.д. Участники делового общения — это, как правило, официальные должностные лица, исполняющие свои служебные обязанности.

Деловое общение занимает значительное место в жизни многих людей. Оно играет важную роль в различных видах профессиональной деятельности, определяет их успех.

**Литература**

1. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет. М.: «Экономическая литература», 2002.

2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. Мн.: ООО «Новое знание», 2000.

3. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика. Ростов н/Д: «МарТ», 2002.

4. Якокка Ли. Карьера менеджера. М., 1991.