

## مهارات الإتصال الإقناعى الفعال

| بتاريخ                 | الرسوم (\$) | اسطنبول  |
|------------------------|-------------|----------|
| ١٠ مارس - ١٤ مارس ٢٠٢٤ | ٣٥٠٠        | سجل الآن |



### أهداف البرنامج:

تزويد المشاركين بالمهارات الجديدة فى عملية الإتصال الإنسانى بصفة عامة , والإتصال الإقناعى بصفة خاصة مما يساهم فى تفعيل أنشطة العلاقات العامة والإعلام وزيادة فاعلية الإتصال فى الفئات الجماهيرية المختلفة.

### المستفيدون:

العاملون فى المجال الإعلامى ومجال العلاقات العامة.

### المحتويات:


- الإتصال الإقناعى :-
- مداخل أساسية :-
- مفهومات الإتصال الإقناعى
- العناصر الهكونة للإتصال الإقناعى ( قنوات الإتصال الإقناعى - مزاياها - عيوبها).
- التكاثر بين قنوات الإتصال الإقناعى الجماهيرية والشخصية .

- الخطوات الأساسية للإتصال الإقناعى : التعرض للوسيلة
- التعرض للمحتوى
- دراسة المحتوى
- فهم المحتوى .
- التصديق
- الإستجابة
- ملاحظات هامة على خطوات الإتصال الإقناعى .
- مراحل تخطيط برنامج نهوذجى للإتصال الإقناعى : - جمع المعلومات اللازمة وتحليلها -
- تحديد الأهداف الإتصالية هوامصافات القائمين بالإتصال الإقناعية .
- تحديد هزيج الإتصال الإقناعى :
- إختلاف المقدرة الإقناعية للرسائل الإقناعى الفعال
- مضمون الرسائل الإتصالية الإقناعية
- فئات الجمهور المستهدف : -
- صعوبة دراسة جمهور وسائل الإتصال
- دراسة تأثير الإتصال الإقناعى ورجع الخصائص الأولية لأنواع الجماهير المختلفة .
- الصدى .
- الصعوبات التى تواجه عمليات الإتصال الإقناعى :
- عدم وجود مجال للخبرة المشتركة بين القائم بالإتصال والجمهور
- غياب رجع الصدى .
- القيود الخارجية الهوثرة على إهكانية الإتصال الإقناعى الفعال
- القيود الداخلية الهوثرة على إهكانية الإتصال الإقناعى الفعال
- عيوب أساسية فى الهزيج المثالى للإتصال الإقناعى .
- أساليب الإقناع الفعالة المستخدومة فى الرسائل الإتصالية :
- تحديد الهداغل أو البدايات
- وضوح الأهداف مقابل إستنتاجها ذهنياً
- تقدير الرسالة لأدلة وشواهد .
- عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين
- ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة .
- إستخدام الإتجاهات الوجودية لدى الجمهور
- تأثير رأى الأغلبية
- تأثير تراكم التعرض والتكرار . الخلاصة والنتائج

- لغة الرسالة وأسلوبها
- الهجوم الجانبي والهجوم المباشر
- التلويح
- الإنسيابية .
- الاستهالات المستخدمة في الرسائل الإقناعية :
- الإستهالات العاطفية
- الإستهالات العقلانية
- إستهالات التخويف
- إستهالات إستثارة التوقعات الإجتماعية
- إستهالات إعادة تشكيل المعرفة .
- أسس زيادة فاعلية المواد الإعلامية المستخدمة في الحملات الإتصالية الإقناعية
- عواهل زيادة فاعلية المواد الإتصالية المطبوعة - عواهل زيادة فاعلية المواد المسهوعة  
والهئية

### أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية

00971504646499 

info@britishtc.org 

www.britishtc.org 