

مهارات الاتصال الإقناعى الفعال

الرسوم (\$)	بتاريخ
٣٥٠٠	١٤ أبريل - ١٨ أبريل ٢٠٢٤ اسطنبول سجل الآن

أهداف البرنامج:

تزويد المشاركين بالمهارات الجديدة في عملية الاتصال الإنساني بصفة عامة ، والاتصال الإقناعي بصفة خاصة مما يسهم في تفعيل أنشطة العلاقات العامة والإعلام وزيادة فاعلية الاتصال في الفئات الجماهيرية المختلفة.

المستفيدون:

العاملون في المجال الإعلامي و مجال العلاقات العامة.

المحتويات:

- الاتصال الإقناعي : -
- مدخل أساسية :
- مفهوم الاتصال الإقناعي
- العناصر المكونة للاتصال الإقناعي (قنوات الاتصال الإقناعي - مزاياها - عيوبها) .
- التكامل بين قنوات الاتصال الإقناعي الجماهيرية والشخصية .

• الخطوات الأساسية للإتصال الإقناعي : التعرض للوسيلة

- التعرض للمحتوى
- دراسة المحتوى
- فهم المحتوى .
- التصديق
- الاستجابة
- ملاحظات هامة على خطوات الإتصال الإقناعي .
- مراحل تخطيط برنامج نموذجي للإتصال الإقناعي : - جمع المعلومات اللازمة وتحليلها
- تحديد الأهداف الاتصالية مواصفات القائمين بالإتصال الإقناعية .
- تحديد مزيج الإتصال الإقناعي :
- اختلاف المقدرة الإقناعية للرسائل
- الإقناعي الفعال
- مضمون الرسائل الاتصالية الاتصالية
- غنات الجمهور المستهدف :
- صعوبة دراسة جمهور وسائل الإتصال
- دراسة تأثير الإتصال الإقناعي ورجع
- الخصائص الأولية لأنواع الجماهير المختلفة .
- الصدى .
- الصعوبات التي تواجه عمليات الإتصال الإقناعي :
- عدم وجود مجال للخبرة المشتركة بين القائم بالإتصال والجمهور
- غياب رجع الصدى .
- القيود الخارجية المؤثرة على إمكانية الإتصال الإقناعي الفعال
- القيود الداخلية المؤثرة على إمكانية الإتصال الإقناعي الفعال
- عيوب أساسية في المزيج المثالي للإتصال الإقناعي .
- أساليب الإقناع الفعالة المستخدمة في الرسائل الاتصالية :
- تحديد المداخل أو البدايات
- وضوح الأهداف مقابل إستنتاجها ضمنياً
- تقديم الرسالة لأدلة وشواهد .
- عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين
- ترتيب الدجج الإقناعية داخل الرسالة .
- استخدام الإتجاهات الموجودة لدى الجمهور
- تأثير رأي الأغلبية
- تأثير تراكم التعرض والتكرار . الخلاصة والنتائج

- لغة الرسالة وأسلوبها
- الهجوم الجانبي والهجوم المباشر
- التلوين
- الإنسانية .
- الاستهلاك المستخدمة في الرسائل الإقناعية :
- الاستهلاك العاطفية
- الاستهلاك العقلانية
- استهلاك التخويف
- استهلاك إثارة التوقعات الاجتماعية
- استهلاك إعادة تشكيل المعرفة .
- أساس زيادة فاعلية المواد الإعلامية المستخدمة في الحالات الاتصالية الإقناعية
- عوامل زيادة فاعلية المواد الاتصالية المطبوعة - عوامل زيادة فاعلية المواد المسموعة
- والمرئية

أساليب التدريب:

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

00201102843111 
 info@minaretc.org 
 www.minaretc.org 