

مهارات الاتصال الإقناعي الفعال

بتاريخ

الرسوم(\$)

[سجل الآن](#)

٣٢٠٠

١٥ أغسطس - ١٥ أغسطس ٢٤ . مصلحة

أهداف البرنامج:

BMTc

المركز البريطاني للتدريب

info@britishtc.org

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

المستفيدون:

العاملون في المجال الإعلامي ومجال العلاقات العامة.

المحتويات:

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

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

• لغة الرسالة وأسلوبها

• الهجوم الجانبي والهجوم المباشر

• التلويين

• الإنسانية .

• الاستهلاكات المستخدمة في الرسائل الإقناعية :

• الاستهلاكات العاطفية

• الاستهلاكات العقلانية

• استهلاكات التخويف

• استهلاكات استثارة التوقعات الاجتماعية

• استهلاكات إعادة تشكيل المعرفة .

• أساس زيادة فاعلية المواد الإعلامية المستخدمة في الحملات 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

00971504646499 

info@britishtc.org 

www.britishtc.org 