

المحاضرة الأولى: الاتصال:

- الاتصال مشتق من كلمة Communicate التي تعني يشيع عن طريق المشاركة. (أختبار)
- كلمة الاتصال ترجع أيضا إلى الكلمة اللاتينية communism وتعني common أي مشترك او عام

| | |
|---|---|
| <p>تعريف الاتصال:</p> <ul style="list-style-type: none"> • إرسال معلومات من طرف لآخر في المنظمة بما يؤدي الى نتيجة معينة، تغيير السلوك او تغيير الممارسات. • تبادل الفهم المشترك من خلال استعمال الرموز • الاتصال هو عملية نحاول من خلالها ارسال / توصيل افكارنا، آرائنا، رغباتنا ومشاعرنا للآخرين. <p>الاتصال في منظمات الأعمال هو عملية اجتماعية تبادلية تتضمن تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الاتصال والتأثير في سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المنظمة. (أختبار) (واجب)</p> | <p>خصائص الاتصال</p> <ul style="list-style-type: none"> • الاتصال موضوع تتقاطع فيه الكثير من العلوم • الاتصال نشاط اجتماعي • الاتصال يوظف عناصر كثيرة |
|---|---|

أنواع الاتصالات:

| | |
|---|---|
| <p>أ. اتصالات عملية</p> <ul style="list-style-type: none"> • داخلية تتم بين العمال في المنظمة لأغراض العمل • خارجية بين المنظمة وبينها <p>ب. اتصالات شخصية: تتعلق بتبادل المعلومات والاتجاهات والعواطف بين الأفراد. لا تتعلق بالعمل لكنها تؤثر فيه إيجابا و سلبا</p> | <p>حسب الموضوع</p> |
| <p>أ. الرسمية هي التي تتم وفق قنوات الاتصال المؤسسية</p> <p>ب. غير الرسمية هي التي تتم عبر القنوات الشخصية</p> <p>س5: وضح الفرق بين الاتصالات الرسمية و الاتصالات الغير رسمية.</p> | <p>حسب الرسمية</p> |
| <p>أ. الاتصالات النازلة. س3: ما هو الاتصال النازل؟ تشمل جميع الاتصالات من الرئيس الى مرؤوسيه وهي تمثل جزءا كبيرا من الاتصالات في المنظمة.</p> <p>ب. الاتصالات الصاعدة</p> <p>ج. الاتصالات الأفقية. س4: ما هو الاتصال الأفقي؟ وهي الاتصالات التي تتم بين الأفراد من نفس المستوى التنظيمي وهذه المسارات الثلاثة هامة و ضرورية لنجاح أي منظمة.</p> <p>د. الاتصالات الجانبية أو المائلة</p> | <p>حسب اتجاهات المسار</p> |
| <p>أ. اتصالات كتابية</p> <p>ب. اتصالات شفوية</p> | <p>حسب القناة أو نوع الوسيلة</p> |

س2: ما هو آخر خطوة في عملية الاتصال.

ج2: المعوقات و التشويش و الضوضاء، و تمثل كل ما يمكن أن يتدخل و يعيق عملية الاتصال عند كل خطوة من الخطوات السابقة.

س1: اشرح عملية الاتصال.

ج1: الجواب صفحة 16 في الكتاب.

الاتصالات الشفهية والكتابة:

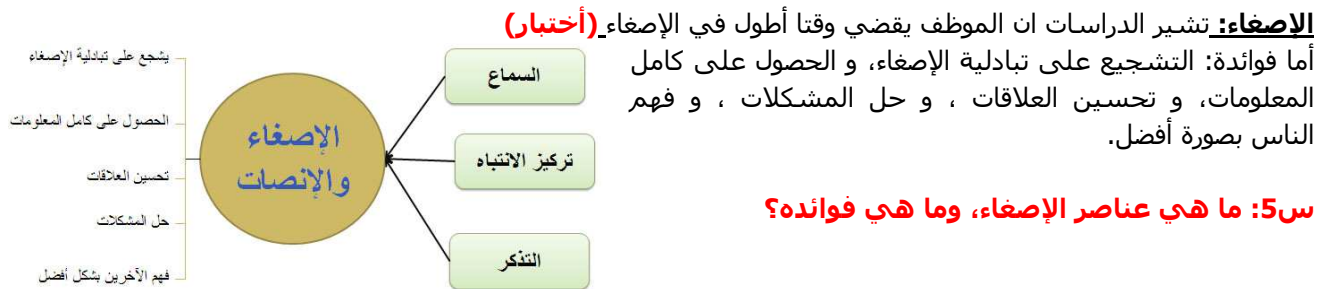
| الاتصالات الشفهية | الاتصال الكتابية |
|---|--|
| تشمل الاتصالات المباشرة وجها لوجه أو بالهاتف أو النقاشات الجماعية أو المؤتمرات... تتميز ب: أ. تتيح التعبير عن المشاعر أكثر ب. تسمح باستخدام الاتصال غير اللفظي ج. تسمح بالاستفسار الفوري د. تتيح التعرف على رف الفعل فورا هـ. هي الأفضل في حالات ضرورة التفاعل و. الوسيلة الوحيدة التي يمكن استخدامها مع الأميين ز. تكون الأفضل في حالة المعلومات السرية | تشمل الرسائل المذكرات، التقارير، النشرات... و تتميز ب: أ. تمثل مستندات دائمة ب. أداة للتوثيق (أختبار) ج. تتضمن كم غزير من المعلومات د. تسمح بالقراءة في الوقت المناسب هـ. أقل تكلفة و. تمنح الوقت لتخطيط الرسالة وتنظيمها جيدا |

اختيار وسيلة الاتصال المناسبة:

يتوقف اختيار الوسيلة على:

- الغرض من الاتصال
- موضوع الاتصال
- طبيعة مستقبل الرسالة
- الوقت المتاح
- مدى انتشار مستقبلي الرسالة (أختبار)
- تكلفة الاتصال

(مناقشة) ماهي الحالات التي تكون فيها الاتصالات الشفهية أكثر أهمية من الاتصالات الكتابية والعكس؟
الاتصالات الكتابية تون مفضلة في الرسائل ، المذكرات ، التقارير ، النشرات اما الاتصالات الشفهية تستخدم في الاتصالات المباشرة وجها لوجه او بالهاتف والنقاشات الجماعية اول المؤتمرات ...



س5: ما هي عناصر الإصغاء، وما هي فوائده؟

الاتصالات غير اللفظية:

1. هي استجابات إنسانية غير كلامية مثل حركات الجسم وملامح الوجه ونبرة الصوت وخصائص البيئة المدركة التي يتم فيها إرسال الرسائل اللفظية وغير اللفظية.
2. تسمى لغة الجسد أو اللغة الشارحة.
3. تؤثر على المستقبل في حالات التفاعل وجها لوجه
4. تؤدي الكثير من المعاني أفضل من الاتصالات الكتابية
5. تتخذ الاتصالات غير اللفظية أشكالا عديدة: (أختبار)
 - اللغة المساعدة مثل نبرة الصوت وسرعته
 - حركات وإيماءات جسمانية كتعبير الوجه وحركات الأصابع
 - المسافة بين المتحدث والمستمع
 - الملامح المادية مثل بنية الجسم، الالتزام بالوقت

المحاضرة الثانية: أهمية الاتصالات ومعوقاتها وعوامل فعاليتها

- المنظمة كيان اجتماعي مفتوح.
- الأفراد يتبادلون المعلومات والأفكار والآراء والمشاعر.
- الاتصال الفعال هو مفتاح نجاح المنظمات
- الاتصالات الخارجية الفعالية تسمح للمنظمة بمواكبة التطورات البيئية
- العولمة زادت من أهمية الاتصالات مع انفتاح الأسواق
- اقتصاد المعرفة يقوم بالكامل على الاتصالات
- الاتصالات وسيلة الفعالة لفهم ثقافات الآخرين وتشكيل ثقافة المنظمة الداعمة لاستراتيجياتها
- انتاج وتحليل المعلومات جزءا رئيسا من نشاط المنظمة
- شفافية الاتصالات تدعم التوجه الاخلاقي للمنظمة

(مناقشة) ماهو الدور الذي تلعبه الاتصالات في تشكيل ثقافة المنظمة؟
تبادل المعلومات والافكار والآراء والمشاعر والاتجاهات والمقترحات والمشورة والخطط والسياسات وغيرها.

| الأغراض | اتجاه الاتصال |
|---|---------------|
| <ul style="list-style-type: none">• توضيح وشرح الرسالة• اطلاع العاملين على العمليات اليومية• حل مشكلات المرؤوسين• توضيح مبررات القرارات الإدارية• إصدار التوجيهات والإرشادات (أختبار)• الاطلاع على نشاط المنظمة وتطورها | أ. النازلة |
| <ul style="list-style-type: none">• التعبير عن آراء المرؤوسين• تقديم الاقتراحات لتحسين العمل• تأكيد قبول أهداف المنظمة• تبليغ حاجات المرؤوسين و أسئلتهم• المشاركة في صنع القرارات• طلب التوجيه والنصح و الإرشاد | ب. الصاعدة |
| <ul style="list-style-type: none">• توثيق التعاون بين الوحدات• تحسين نوعية وفاعلية القرارات• تنسيق الأعمال والنشاطات• حل المشكلات المشتركة بين الوحدات | ج. الأفقية |
| <ul style="list-style-type: none">• الإقناع• زيادة المبيعات• بناء صور ذهنية ايجابية• - الالتزام بالقوانين والتشريعات• نيل ثقة الجمهور وقبوله• مواكبة التطورات والتغيرات | د. الخارجية |

معوقات الاتصال

| | | |
|---|--|--|
| (1) معوقات مصدرها المرسل: (واجب) <ul style="list-style-type: none">• عدم وضوح الهدف المراد تحقيقه• ضعف ترميز الرسالة• عدم اختيار الرسالة المناسبة• ارسال الرسالة في وقت غير مناسب• مصداقية المرسل س13: ما هي أهم معوقات الاتصال التي يسببها المرسل؟ | (2) معوقات مصدرها المستقبل: <ul style="list-style-type: none">• عدم التمكن من تفسير الرسالة• عدم الاصغاء الجيد• الميل الى اصدار الأحكام• غزارة وكثافة المعلومات س14: ما هي أهم معوقات الاتصال التي يسببها المرسل؟ | (3) الاختلاف في المركز بين المرسل والمستقبل: (أختبار) <ul style="list-style-type: none">• اختلاف المكانة مع المرسل• معوقات لغوية• معوقات مادية تتعلق ببيئة الاتصال• معوقات فنية• معوقات تنظيمية |
|---|--|--|

| | | |
|---|---|---|
| <p>منتدى عكاظ لعلوم الإدارة http://www.bokaz.net</p> |  | <p>جامعة الملك فيصل مهارات الإتصال CRN: 29470</p> |
|---|---|---|

عوامل فعالية الاتصالات

تحسين فعالية الاتصال

| | | |
|---|---|---|
| <p>دور الادارة:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تهيئة جميع السبل والامكانات والتسهيلات المادية • اجراء الصيانة المستمرة لأجهزة ومعدات الاتصال • اعادة النظر في سياسات واجراءات الاتصال • تحسين العلاقات بين العاملين • تشجيع حل المشكلات حين ظهورها • تطوير المناخ التنظيمي السليم الذي تسوده الثقة | <p>دور المستقبل:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تحليل وتفسير الرسالة • الاصغاء الجيد • تفهم موقف المرسل ومشاعره • الامتناع عن الأحكام المسبقة <p>(أختبار)</p> <p>س16: كيف يستطيع المرسل تحسين الاتصال؟</p> | <p>دور المرسل:</p> <ul style="list-style-type: none"> • وضوح الترميز والتعبير • مراعاة شمولية الرسالة • اختيار الوسيلة المناسبة • اختيار الوقت المناسب • الصدق والنزاهة • ضبط وتنظيم تدفق وتحويل المراسلات <p>س15: كيف يستطيع المرسل تحسين الاتصال؟</p> |
|---|---|---|

دور المدير في تحسين فعالية الاتصال بالمنظمة

- النظرة الشاملة الى المنظمة كنظام مفتوح (اختبار)
- حسن النظرة الى الآخرين
- عدم الحرص على المعنى الجاف للسلطة
- التمسك بالمعنى الأفضل لمفهوم الاتصال
- عدم اغفال دور التنظيم غير الرسمي في الاتصال
- القدرة على الاصغاء واتباع قواعد الاستماع الجيد
- تجنب المناقشات الحادة والانفعال العاطفي مع المرؤوسين
- حسن استخدام الالفاظ والمصطلحات في مجال العمل



المحاضرة الثالثة: اسس كتابة المراسلات الناجحة

خصائص الرسالة الفعالة

| | |
|----------------------------------|---|
| 1. الوضوح: | <ul style="list-style-type: none"> • استخدام الكلمات البسيطة والمألوفة والدقيقة • استخدام الجمل والفقرات القصيرة • س1: كيف يمكن جعل رسالتك أكثر وضوحاً؟ |
| 2. ترابط وتماسك الرسالة من خلال: | <ul style="list-style-type: none"> • البنية اللغوية المتوازنة • استخدام كلمات الوصل (أختبار) • استخدام العناوين للأفكار الرئيسية • إعداد الخطوط العريضة للأفكار الهامة. |
| 3. الكمال والشمول | س2: ما الإعتبارات التي يجب مراعاتها في كتابة الرسالة حتى تكون كاملة؟ |
| 4. الدقة | |
| 5. الايجاز: | <ul style="list-style-type: none"> • ذكر الحقائق الهامة فقط • المباشرة في الطرح • عدم التكرار • س3: وضح أهمية و فوائد الرسالة الموجزة. |
| 6. الواقعية ومخاطبة الحواس | <ul style="list-style-type: none"> • على مستوى المعلومات التي تتضمنها الرسالة (عرض بشكل مباشر ومحدد وصریح ولبق • على مستوى الأسلوب: استخدام الاسماء الملموسة، استخدام الافعال الدالة على الاجراء، استخدام صيغة المبني للمعلوم، اضافة النعوت المكملة. • س5: ما المقصود بالواقعية /المحسوسية في كتابة الرسائل؟ • س6: أذكر أهم الاعتبارات الواجب مراعاتها كي تكون الرسالة محسوسة/واقعية؟ |
| 7. بناء السمعة الحسنة | <p>من خلال:</p> <ul style="list-style-type: none"> • الكتابة من وجهة نظر المرسل • اللباقة والاعتبار • التأكيد على الايجابيات • الفائدة للقارئ (أختبار) |

س9: وضح المقصود باتجاه أنت؟ كيف يمكنك تطبيق ذلك؟

هو أن يقوم المرسل بصياغة رسالته و يركز على اهتمامات القارئ و اهتماماته و مصالحه، وتعني في لغى الكتابة التأكيد على استخدام كلمة "أنت" أو "أنتم" من "أنا" و "نحن"

س13: ما المقصود بالتركيز على الايجابيات، وكيف يمكن تطبيق ذلك؟

- 1) تؤكد ما هو ممكن ، بدلا مما هو مستحيل.
- 2) تجنب استخدام الكلمات السلبية كلما أمكن ذلك.
- 3) تجنب استخدام الكلمات السلبية كلما أمكن ذلك.
- 4) ضع المعلومات الايجابية في البداية، و خصص لها مساحة اكبر أو ابرزها للقارئ مقارنة بباقي المعلومات

س12: أذكر الوسائل التي يمكنك بها بناء سمعة طيبة من خلال رسالتك؟

- 1) الكتابة من وجهة نظر المرسل اليه (الاتجاه – أنت)
- 2) اللباقة و الاعتبار.
- 3) التأكيد على الايجابيات.
- 4) المنفعة/ الفائدة للقارئ.

س10: متى تكون الرسالة لبقة، لطيفة و هادئة؟

- 1) الكتابة بأسلوب ودي و استخدام اسلوب المحادثة.
 - 2) استخدام عبارات المودة و المجاملة.
 - 3) التعبير عن اهتمامك و احترامك للقارئ.
 - 4) أكتب بشكل مباشر للقارئ المعني، حسب كل حالة.
 - 5) تجنب ان تكون واعظا أو مرشدا.
- تجنب اظهار الغضب و كن صادقا

س11: ما هي الاعتبارات التي يجب أن تتوافر في الرسالة عالية التقدير/الاعتبار؟

- 1) القيام بالرد مباشرة دون تأخير.
- 2) اقنع القارئ بأنك حقا مهتم به و بمصالحه.
- 3) عامل الذكور و الاناث سواسية.
- 4) استخدام كلمات حيادية و تنطبق على الرجال و النساء.
- 5) أكتب اسم الشخص بطريقة صحيحة كما يكتبه.
- 6) استخدام الألقاب العلمية و الوظيفية الصحيحة للمرسل اليه.

اختيار الكلمات بحكمة و دقة

- مبدأ التكيف أي اختيار الكلمات الملائمة للقارئ
- توضيح اهداف الرسالة (اعلام، شرح، تغيير...)
- نوعية الكلمات: واقعية، محددة، بسيطة، مبنية للمعلوم، ايجابية، قصيرة، محادثة، مالوفة، مباشرة...)
- التوفيق بين المبني للمعلوم والمجهول
- الميل نحو الاثبات اكثر من النفي
- الموازنة بين الاسهاب والايجاز
- تفضيل الكلمات المالوفة

(مناقشة) ماهي العوامل التي تجعل الرسالة جذابة وتجعل قارئها لايتوقف عن قراءتها حتى ينهيها كامله؟

تسهيل قراءة الرسالة

- الموضوع: صياغته بشكل واضح ومشوق
- بداية الرسالة: واضحة ومباشرة
- وضع الاستنتاجات في البداية او النهاية حسب اهتمامات وموقف القارئ، مصداقية المرسل،
- نهاية الرسالة: يجب ان تكون ذات اثر قوي:
 - أ. تكرار النقاط الرئيسية
 - ب. ذكر النتائج المرغوبة
 - ج. اقتراح ما يجب فعله
 - د. اقتراح الخطوات التالية
- العناوين: توضح العلاقة بين الافكار، المعنى والدلالة، توازي العناوين
- الوسائل الفنية
- اسلوب سهل القراءة:
 - استخدام المسافات البيضاء
 - الجمل والفقرات القصيرة
 - التفاصيل غير الضرورية
 - كل جملة تتضمن فكرة واحدة
 - الحرص على ترابط الافكار
 - استخدام النبرة واللهجة غير الرسمية وغير الجافة
 - تنويع الكلمات
 - اللغة السليمة (احترام قواعد اللغة)

س16: متى توضع الاستنتاجات و التوصيات في بداية الرسالة؟
إذا كان القارئ مهتما و إذا كانت مصداقيتك عالية.

س17: أذكر بعض الوسائل الفنية التي تذب انتباه القارئ للرسالة.

- المسافة البيضاء.
- استخدام الطباعة بأحرف سوداء ثخينة.
- استخدام نقاط سوداء ثخينة تسبق ذكر الأفكار الرئيسية أو المعلومات الهامة.
- وضع خط تحت المعلومة أو الفكرة
- ترك مسافة كبيرة حين البدء بفقرة جديدة لجذب انتباه القارئ لها.

س18: لماذا يفضل استخدام صيغة المبني للمعلوم؟
الجميل التي تستخدم صيغة المبني للمعلوم تكون أكثر قوة و تأثيرا و مباشرة.

س19: في أي الحالات يمكنك استخدام صيغة المبني للمجهول.

- حينما لا تعرف فعليا من قام بالفعل و تريد ان تتجنب أي غموض.
- حينما لا تود ذكر اسم الشخص لانك تتحدث عن المشكلة او خطأ ولا تود ان تشير باصبع الاتهام الى شخص معين.
- حينما لا ترغب التأكيد على دور الفاعل لانك لا تريد توجيه الاتهام أو التقدير لأحد.

المحاضرة الرابعة: عملية كتابة رسائل الاعمال

تخطيط الرسالة

تتضمن هذه المرحلة:

- تحديد الهدف من الرسالة (لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ماذا نامل تحقيقه؟...)
- تحليل القارئ (**أختبار**): من هو بالتحديد؟ ما هي خلفيته؟ معرفته بموضوع الرسالة، توقع رد فعله، توقعاته،...
- تحليل الموقف: الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ (**أختبار**)
- تحديد الافكار التي تتضمنها الرسالة

جمع المعلومات

جمع ما يلزم من حقائق وارقام واثباتات وادلة بالاستعانة بالمصادر الاولية والثانوية:

- المراسلات السابقة،
- العقود والاتفاقيات،
- الكتيبات والنشرات
- التقارير
- الاستشارات
- اجراء الاستبيانات او المقابلات ان لزم الامر

تحليل وتنظيم المعلومات

يتطلب تنظيم المعلومات:

- دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها
- معرفة الاثباتات والأدلة التي تطلبها
- تحديد الأفكار المحورية والمساندة
- تحديد ترتيبها المنطقي

| الأسلوب غير المباشر (واجب) | الأسلوب المباشر |
|--|---|
| يبدأ الرسالة بمقدمة ثم التوضيحات... يستخدم في حالات: <ul style="list-style-type: none">• الأخبار السيئة• توقع رد فعل سلبي من المستقبل• الرسائل الاقناعية | الهدف والموضوع الأساسي (أختبار)، التفاصيل... يستخدم في حالات: <ul style="list-style-type: none">• الاخبار السارة• توقع رد فعل ايجابي• كون الرسالة محايدة |

(مناقشة) متى يفضل الأسلوب المباشر في الرسائل ومتى يفضل السلوب غير المباشر؟

الاسلوب المباشر يكون عند ارسال خبر ايجابي

والاسلوب الغير مباشر يكون عند ارسال خبر سلبي (له اثر سلبي على المرسل)

جواب آخر

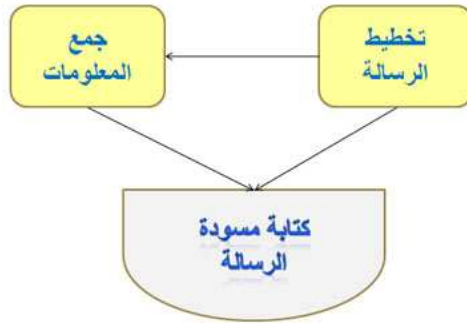
الاسلوب المباشر يفضل في الرسائل الايجابية والتي تحمل اخبار سارة وفي رسائل الطلب

والاسلوب الغير مباشر يفضل في الرسائل السلبية ورسائل الاقناع ورسائل الائتمان

الفقرة الختامية: يجب ان تكون قوية، واضحة ومؤدية، تترك انطباعا جيدا:

- ان يكون الاجراء المطلوب من القارئ واضحا وكاملا
- تضمين الفقرة الختامية فكرة ايجابية
- تكون موجزة وسليمة لغويا
- الاشارة الى ما يمكن تحقيقه من ايجابيات

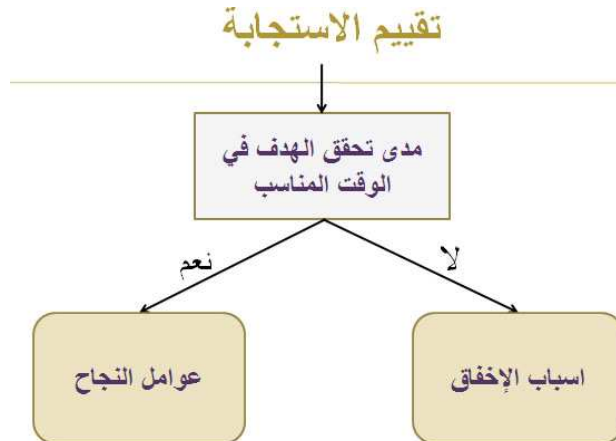
صياغة الرسالة



المراجعة

| المضمون والوضوح | التنظيم والتنسيق | الأسلوب ونبرة الكتابة |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- هل الأهداف واضحة؟- هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟- هل الجمل واضحة؟- هل الكلمات مناسبة؟- هل تم قول المقصود بالضبط؟- ألا تشمل الرسالة تأويلات أخرى؟- هل المقدمة مقنعة؟ | <ul style="list-style-type: none">- هل تم اختيار خطة فاعلة؟- هل صممت الرسالة على نحو يسهل قراءتها؟- هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟- هل تم وضع النقاط الايجابية والسلبية في مكانها؟ | <ul style="list-style-type: none">- هل الرسالة سهلة القراءة؟- هل الرسالة ودية ولبقة ومؤدبة؟- هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟- ماهو شعورك كقارئ للرسالة |

تقييم الاستجابة





المحاضرة الخامسة: بنية الرسالة وتصميمها

هيكلية الرسالة: أ) الأجزاء الرئيسية و ب) الثانوية. (أختبار)

أولاً: الأجزاء الرئيسية:

| العنصر | الترتيب و التنظيم | الشرح |
|-------------------|--|--|
| الترويسة | الترتيب: وهو أول جزء بالرسالة التنظيم: اعلى اليسار او وسط الصفحة | س1: وضح المعلومات التي تتضمنها "الترويسة" و ما فائدتها؟ أ. اسم المرسل، عنوانه، هاتفه ب. شعار المنظمة ج. الشكل القانوني للمنظمة د. مبلغ رأس المال هـ. ارقام الهواتف والفاكس والعناوين الأخرى قد تكون في أسفل الصفحة وفائدتها انها تعرف المرسل اليه/القارئ بمصدر الرسالة، الجهة التي أرسلت الرسالة و عنوانها لكي يستطيع أن يوجه رده، كما ان الترويسة تضيف صفة قانونية/مشروعية للرسالة. |
| المرسل اليه: | الترتيب: يأتي بعد الترويسة مباشرة | (يمين الصفحة) اسم الرسل اليه الوظيفة (يكتب اللقب الوظيفي بشكل صحيح) المنظمة العنوان س2: لماذا يجب ذكر الوظيفة تحت اسم المرسل اليه؟ لتجنب تأخير توصيل الرسالة، أو اطلاع شخص آخر يحمل نفس الاسم على محتويات الرسالة |
| المرجع/الإشارة | الترتيب: يأتي بعد عنوان المرسل اليه | رقم الرسالة. كل منظمة لها طريقة معينة للترقيم الترقيم يساعد على الارشفة |
| التاريخ | الترتيب: بعد الإشارة التنظيم: يجب ان يكون كاملا (اليوم ، الشهر ، السنة) و من المفضل أن يكون الشهر بالحروف منعا للالتباس | يكتب كاملا |
| التحية الافتتاحية | الترتيب: بعد الإشارة | عبارة ترحيبية رقيقة نحوي بها القارئ. نختار العبارة التي تناسب مكانة المرسل س3: ما هي الاعتبارات الواجب مراعاتها حين اختيار العبارة المناسبة للتحية الافتتاحية؟ أن تلائم مكانة المرسل اليه و لقبه الوظيفي من ناحية، و تتوافق مع مدى معرفتك بالقارئ شخصيا، فكلما كانت معرفتك بالقارئ شخصيا معرفة وثيقة كانت العبارة أقل "رسمية" مثل "تحية طيبة"، وفي حال عدم معرفتك به شخصا اختر عبارة أكثر رسمية مثل "تحية و احتراما". |
| الموضوع | الترتيب: بعد التحية التنظيم: يكون عادة في وسط الصفحة | يطبع في وسط الصفحة س5: كيف يجب صياغة الموضوع؟ يأتي بعد التحية و يطبع في منتصف الصفحة و يتضمن فكرة الرسالة و المغزى ، ولها فوائد منها يعطي فكرة سريعة عن محتوى الرسالة ، و يساعد على توصيل الرسالة ، و يسهل عملية حفظ الرسالة. |

| | | |
|--|--|-------------------------------|
| <p>يشمل المعلومات، البيانات، التحليل، المناقشة، الأدلة...، يتفاوت الطول حسب الموضوع س4: كم فقرة يتضمن متن / اجسم الرسالة بصورة عامة، وضح ماهي كل منها. الفقرة الأولى: مقدمة: تمثل خلفية عن الرسالة، موضوعها أو الغرض الرئيس منها و أي تقديم مناسب. الفقرة الثانية: صلب الموضوع: وهي الجزء الأكبر و الأطول و تشكل صلب الموضوع و تشمل على الحقائق و الاثبات و التحليل ، وقد يتضمن هذا الجزء على أكثر من فقرة واحدة. الفقرة الثالثة: ملخص الرسالة والتوصيات والاقتراحات والخطوات المقبلة</p> | <p>الترتيب: تحت الموضوع</p> | <p>المتن</p> |
| <p>عبارة رقيقة نختم بها الرسالة. العبارة يتم اختيارها حسب مكانة المرسل اليه والعلاقة بينه وبين المرسل حسب مستوى الرسمية</p> | <p>الترتيب: تأتي مباشرة تحت متن الرسالة بسطرين</p> | <p>التحية الختامية</p> |
| <p>هو آخر جزء في الرسالة (الأجزاء الرئيسية) يأتي بعد التحية الختامية يشمل توقيع المرسل الاسم والمسمى الوظيفي إذا قام شخص آخر بالتوقيع نضع كلمة قبل اسم المعني متبوعة بشرطة مانلة عن/عميد التعليم الالكتروني د. عبد المليك مزهودة</p> <p>س6: ما الفائدة من ذكر اسم الكاتب و وظيفته تحت "التوقيع"؟ حتى يسهل معرفة الى من يرسل الرد</p> | <p>الترتيب: بعد التحية الختامية</p> | <p>التوقيع</p> |

س7: رتب الأجزاء الآتية بالتسلسل الذي تظهر فيه على الصفحة: الإشارة ، عنوان المستقبل ، الموضوع ، التحية الإفتتاحية.

عنوان المستقبل – الإشارة – الموضوع – التحية الافتتاحية

س8: أكتب مثالا لكل من :

| | |
|-------------------|--|
| التحية الأفتتاحية | رسمي: تحية و احتراماً، أقل رسمية: تحية طيبة. |
| التحية الختامية | اقبلو الإحترام ، و تفضلو بقبول الاحترام ، تقبلو تحياتنا. |
| التاريخ | 25 محرم 1432 هـ |
| عنوان المرسل اليه | راكان أنور جنبي مدير قسم المشتريات شركة سابك ص.ب 12345 الجيل الرمزي البريدي 6789 |

ثانيا: الأجزاء الثانوية: هذه الأجزاء اختيارية:

- **العناية:** في حالة كون الشخص الذي يقرأ الرسالة غير المرسل اليه المذكور
- **الحروف الأولى:** الحرف الأول من اسم الشخص والحرف الأول من اسم العائلة لكاتب او طابع الرسالة (**أختبار**)
- **المرفقات:** مثل الكتيبات، الكتالوجات، عرض الأسعار، تقارير...
- **النسخ الكربونية:** في حالة توجيه نسخ من الرسالة الى جهات غير المرسل اليه يذكر في اسفل الصفحة: صورة الى:.....
- **حاشية الرسالة:** يتضمن هذا الجزء في أسفل الصفحة معلومات إضافية (**أختبار**)
- **ترويسة الصفحة الثانية:** في حالة تعدد الصفحات يطبع في أعلى الصفحات ابتداء من الثانية: المرسل إليه، تاريخ الرسالة...

س9: ماذا يتضمن الجزء "عناية اهتمام"؟ وما فائدته؟

يأتي بعد عنوان المرسل إليه و يتضمن اسم الشخص الذي تسلم اليه الرسالة ، وهو غير المذكور في عنوان المرسل إليه، و يساعد في اتصال الرسالة دون تأخير. ومثال عليه (عناية: السيد راكان أنور جنبي)

س10: ماذا تتضمن الحاشية ؟ اذكر مثلا على ذلك.

توضع في أسفل الصفحة من الجهة اليمنى بعد آخر سطر من آخر جزء من الرسالة، بمسافتين ويمكن ان تتضمن الفكرة الجوهرية للرسالة، أو معلومات إضافية بعد توقيع الرسالة تعتقد أنها هامة أو ما هو الإجراء التالي. (أختبار)
مثال: " إن آخر يوم للتصفية هو 30 من الشهر الحالي"

س11: ما فائدة ترويسة الصفحة الثانية؟

إذا كانت الرسالة مكون من أكثر من صفحة ، ذلك يضمن عدم ضياع الصفحات او خلطها برسائل أخرى و يسهل ارشفتها و يضمن وصول كل الصفحات للمرسل اليه.

س12: حدد موقع كل من التالي:

| | |
|---|---------------|
| أسفل الصفحة | حاشية الرسالة |
| مباشرة بعد عنوان المرسل اليه | عناية/اهتمام |
| يمين اسفل الصفحة مباشرة تحت الأحرف الأولية بمسافتين | المرفقات |

تصميم الرسالة

أ. يقصد بالتصميم المظهر المادي للرسالة (أختبار)

ب. الرسالة الناحجة تشمل الشكل والمحتوى

1. الهوامش: لترك مساحة للتخريف و ارشفة الرسالة ، وتجنب اهتراء جزء من الرسالة
2. المسافات الفقرات
3. الورق المستخدم
4. تأكيد أجزاء الرسالة
5. تصميم الترويسة

ج. التصميم قد يكون:

1. عمودي تماما
2. شبه عمودي
3. شبه عمودي ذي فقرات متدرجة

د. الغلاف

يراعى في استعمال المغلفات:

- استعمال مغلف جديد
- طباعة اسم المرسل وعنوانه كاملا
- لا نستعمل الصمغ والمواد اللاصقة لإغلاق المغلف

قد تكون المغلفات:

- المغلفات العادية
- المغلفات ذات الشبك الشفاف

عملية كتابة التقارير

1. التخطيط (أختبار)

- تحديد الهدف/ الغرض من التقرير
- تحديد من هو / هم الذين سيرسل إليهم التقرير
- تحديد أبعاد / جوانب المشكلة ، متطلبات ومحددات الدراسة
- تحديد مصادر وأساليب جمع المعلومات
- ضع جدولاً زمنياً لاعداد وكتابة التقرير

2. جمع المعلومات
3. تنظيم المعلومات ووضع المخطط النهائي للتقرير
4. كتابة مسودة التقرير
5. المراجعة والتعديل
6. التدقيق والتحرير
7. إخراج التقرير

المحاضرة السادسة: الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية

| الرسائل الحيادية | الرسائل الايجابية |
|--|--|
| هي التي تحمل أنباء لا هي بجيدة ولا سيئة و يتوقع ان تكون استجابته لا هي بسلبية ولا ايجابية. | هي التي تحمل أخبار سارة للقارئ أو معلومات جديدة. (اختبار) |

خطة التنظيم: (مناقشة) ما هي محتويات الأجزاء الرئيسية في الرسائل الايجابية

تكتب الرسائل الايجابية بالأسلوب المباشر (اختبار)
 البداية: تتضمن موضوع الرسالة، هدف الرسالة، الفكرة الرئيسية او المعلومات المفضلة لدى القارئ
 الوسط: يشتمل على التوضيحات التي تناسب الحالة مثل: تفاصيل ضرورية، معلومات تعليمية ارشادية، معلومات تكرر البيع والترويج للرسالة. (اختبار)
 الجزء الوسط في الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية هو الجزء الرئيس
 النهاية: تكون ايجابية ودية متضمنة عبارة واضحة عن الاجراء المرغوب من المستقبل وتحفيزه على العمل

أنواع الرسائل الايجابية: ص 107

- أ. رسائل الاستفسار
- ب. الرسائل الجوابية.
- ج. أوامر طلب البضاعة.
- د. رسائل منح الائتمان.
- هـ. رسائل منح التسويات وغيرها.

أ- رسائل الاستفسار:

| التعريف | هيكله الرسالة |
|---|--|
| رسائل الاستفسار: هي رسالة تطلب فيها معلومات ك: <ul style="list-style-type: none"> • عرض الأسعار • العينات • مواصفات السلعة • التأمين • قائمة الاسعار • الكتالوجات • توفر السلعة • الضمان والكفالة • الخصم • شروط الدفع | <p>الكتابة تتوقف على توقعك لرد فعل المرسل اليه، تكتب الرسالة باتباع: 1 - البداية مباشرة بصيغة السؤال المباشر. إذا كتبت الرسالة بصيغة الأسئلة يفضل : <ul style="list-style-type: none"> • ترقيم الأسئلة • ان نفرد لكل سؤال سطر • استخدام صيغة السؤال المباشر • تجنب الأسئلة التي تكون اجابتها نعم او لا 2 - ذكر المعلومات التوضيحية: في حالة الكتابة لأول مرة نقدم نبذة عن المنظمة ونشاطاتها والسلع التي تتاجر بها، 3 - توضيح مبررات طلب الاسئلة، اسباب اختيار المرسل اليه... 4 - الاشارة الى مدة توقع الرد 5 - اختتام الرسالة بعبارة ودية</p> |



مثال:

التاريخ: 5 شوال 1432

الموضوع: طلب معلومات عن منتجاتكم البلاستيكية

تحية طيبة وبعد:

هل يمكن ان تزودنا بتفاصيل عن منتجاتكم البلاستيكية من قنوات وأنابيب؟

1- ما هي الأحجام المتوافرة لديكم؟

2- هل تستطيعون تزويدنا بأحدث قائمة للأسعار؟

3- ما هي الخصومات التي تقدمونها؟

4- أيمكنك إرسال عينات من مختلف المواد الخام التي تستعملونها؟

لقد أبهرتنا بشدة منتجاتكم البلاستيكية من أنابيب وخزانات مائية التي عرضتموها أثناء "معرض المنتجات البلاستيكية" الذي أقيم في الرياض في شهر حزيران الماضي.

ان شركة "الوفاء" في المملكة العربية السعودية من الشركات الكبيرة التي تتعامل بالمنتجات البلاستيكية وهناك سوق واعدة في المملكة للمنتجات البلاستيكية اذا ما كانت أسعارها معتدلة.

نتمنى لكم ردكم في أقرب وقت ممكن

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

ب- الرسائل الجوابية:

| التعريف | هيكلية الرسالة |
|--|---|
| هي رسالة من القارئ (المرسل اليه) يجب فيها على رسالة الاستفسار التي كان قد تسلمها من المرسل. (اختبار) | <p>1- اشكر مرسل الرسالة الاستفسارية (اختبار)</p> <p>2- أذكر بوضوح موضوع الرسالة، وأنتك تستجيب للطلب</p> <p>3- أشير الى المراسلة/ رسالة الاستفسار التي تجيب عليها</p> <p>4- واصل تقديم اجاباتك عن الاسئلة الواردة في رسالة الاستفسار وحسب ترتيبها</p> <p>5- قلل من تركيزك على الانباء غير ركز على الاجابات الايجابية السارة</p> <p>6- قدم معلومات توضيحية وازافية للمستفسر لتثير رغبته في السلعة/الخدمة</p> <p>7- يمكنك ان تحيل المستفسر الى جهة أخرى اذا لم يكن باستطاعتك تلبية طلبه</p> <p>8- اختتم رسالتك بصورة لطيفة تناسب الموقف كالتعبير عن الاستعداد لتقديم مساعدة اخرى او التعبير عن الامل في علاقات عمل ودية ومثمرة ودائمة.</p> |

مثال:

التاريخ: 15 رجب 1432

الموضوع: استفساركم عن منتجاتنا البلاستيكية

نقدر لكم اهتمامكم بمنتجاتنا البلاستيكية

تجدون أدناه المعلومات التي طلبتموها عن منتجاتنا برسالتكم بتاريخ 5 شوال 1432

1- يتوفر لدينا الحجم الصغير، المتوسط والكبير والكبير جدا - مفرد، مزدوج.....الخ.

2- أي لون ترغبه: ابيض، اسود رمادي...الخ

3- نرفق لكم قائمة أحدث الاسعار

4- نرفق لكم أفني طرد منفصل مجموعة كبيرة من العينات.

لدى مطالعتكم قائمة الاسعار، ستجدون أن أسعارنا منافسة جدا وأن منتجاتنا ذات جودة ممتازة. وسوف تحصلون على خصم كمية مقداره 5% من السعر الصافي اذا ما زادت مشترياتكم بانتظام على (1000) وحدة كل بند/صنف

نتطلع الى تسلم اول طلب منكم قريبا. ونؤكد لكم أننا سنولي أي طلب كل اهتمامنا وسننفذه حالا.

وتفضلوا.....

ج- رسائل طلب البضائع:

| التعريف | هيكل الرسالة |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• هي اكثر الرسائل انتشارا• يطلب فيها المرسل / الزبون من البائع تزويده بسلع / خدمات أو كليهما.• كثيرا ما تطلب البضاعة من قبل مندوبي المبيعات أو باستخدام نماذج معينة. | <ul style="list-style-type: none">• ابدأ فوراً بتفويض القارئ/ البائع، مثلا: "أرجو أن ترسلوا لنا..." (اختبار)• أذكر بوضوح ودقة جميع التفاصيل الضرورية عن السلع المطلوبة• أذكر أية معلومات ضرورية فيما يتعلق بالدفع، التسليم والكفالة والتأمين والشحن والتغليف وأية متطلبات أو شروط أخرى خاصة.• اختتم الرسالة بصورة ودية ليقة تناسب الموقف |

مثال:

رقم طلب البضاعة:
التاريخ 20 نيسان 2008
تحية طيبة وبعد
نرجو أن تزودنا بالكتب الآتية:
(10) نسخ من كتاب "أسس الاتصال الناجح" للكاتب عزيز سلام، 2007 سعر النسخة (20) دولار.
(10) نسخ من كتاب "مهارات كتابة الرسائل الناجحة" للكاتب حلمي مراد، 2007 سعر النسخة (25) دولار
(5) نسخ من كتاب "مهارات كتابة التقارير" للكاتب فؤاد حسن، 2006 سعر النسخة (30) دولار
(5) نسخ من كتاب "الاتصالات الشفهية الفعالة" للكاتب سالم صدقي، 2006 سعر النسخة (20) دولار
مجموع القيمة 700 دولار
نرفق شيكا بقيمة (700) دولار وفق قائمة الاسعار الصادرة منكم عام 2008، وفي حال زيادة الاسعار و/ أو مصاريف شحن أو ضريبة مبيعات وغيرها، نرجو إرسال فاتورة بالمبلغ المطلوب أو سند دفع لكم عند التسليم إذا ما فضلتم ذلك. سوف نكون ممتنين لكم لتنفيذ هذا الطلب بسرعة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

الرسائل الحيادية:

- هي تلك الرسالة التي تتضمن أنباء أو معلومات لا تعتبر سارة ولا غير سارة بالنسبة للقارئ.
- تكتب بمنهجية الرسائل الايجابية (الأسلوب المباشر).
- تبدأ الرسالة بالفكرة الرئيسية أو الغرض أو الموضوع الأساسي، يلي ذلك توضيحات محددة ودقيقة حول الفكرة الرئيسية/ الغرض، واخيرا تختتم الرسالة بصورة ايجابية ودية تناسب الموقف/ الحالة
- تستخدم الرسائل الحيادية لكتابة التعليمات للعاملين مثلا:
- أن تكون الجمل والعبارات واضحة جدا لجميع مستويات العاملين.
- تجنب نبرات/ لهجات التهديد والوعيد والكبرياء

المحاضرة السابعة: الرسائل السلبية

(مناقشة) ما هي اوجه الاختلاف بين الرسالة الايجابية والرسالة السلبية
الرسائل الايجابية هي : التي تحمل معلومات ايجابية او اخبارا ساره للقارئ
ويترب عنها توقع رد فعل ايجابي من القارئ..
الرسائل السلبية هي : رسالة او مذكرة داخلية تحمل أنباء سيئه وغير ساره للقارئ
ويتوقع عنها ردفعلة سلبيا وأن يشعر بالحزن والاسى وعدم السرور
تتطلب قدرا كبيرا من الخيال والمواهب والمهارات..
في الرسائل الايجابية نستخدم الاسلوب المباشر .. والرسائل السلبية نستخدم اسلوب غير مباشر

تعريف الرسالة السلبية

الرسالة السلبية هي رسالة أو مذكرة داخلية تحمل أنباء سيئة وغير سارة للقارئ ويتوقع أن يكون رد فعله عنها سلبيا وأن يشعر بالحزن والأسى وعدم السرور
صيغة وكتابة رسالة تحفظ العلاقة الجيدة/ وتحمل أنباء غير سارة، تتطلب قدرا كبيرا من الخيال والمواهب والمهارات.
وعليه يجب مراعاة:

- جعل القارئ محور الرسالة.
- تجنب الاشارة الى أنظمة وقوانين وسياسات الشركة بدون توضيح ذلك.
- افترض أن القارئ يرغب أن يقوم بعمل الشئ الصحيح.
- في حالة الثناء استخدم المفرد، وفي حالة النقد استعمل صيغة الجمع.

تنظيم الرسائل السلبية

أولا: الأسلوب غير المباشر: (واجب)

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• الموافقة: وافق على شيء ما طلبه القارئ• التقدير: وجه الشكر للقارئ موضحا سبب ذلك• التوكيد: اكد للقارئ اهتمامك الكبير في النظر بعناية في جميع الحقائق والمعلومات المتوافرة عن المشكلة.• الثناء: امدح القارئ بسبب اشياء جيدة تتعلق بطلبه او سجله الماضي• التعاون: اظهر للقارئ رغبة صادقة في مساعدته• انباء سارة: تبدي موافقتك على منح القارئ جانبا من طلبه، اذا امكن ذلك• التفهم: بين للقارئ انك تتفهم القارئ وتحسب مشكلته (أختبار)• لياقة حيادية: ابدأ الرسالة بعبارة لا تعطي معنى محدد ولا تتضمن التزاما منك | الحاجز (أختبار) |
| <p>ذكر اسباب ومبررات صادقة ومقنعة عن كون النتيجة مختلفة بكل وضوح يمكن تجنب التوضيح إذا كانت المسألة روتينية هذا التوضيح يكون ما قبل القرار و يجب مراعاة:</p> <ul style="list-style-type: none">- إقناع القارئ بالعمل على مصلحته- الشرح بلطف ولباقة الحقائق المتعلقة بالموضوع- التوضيح بأن الأمر عولج بالاهتمام البالغ | توضيح الظروف وتحليلها |
| <p>نتبنى القرار الصريح او الضمني حسب الحالات:</p> <ul style="list-style-type: none">• في حالة وضوح المبررات وإمكانية استنتاجها من قبل القارئ يذكر القرار ضمنا (أختبار)• إذا كان القارئ قد يسيء فهم القرار الضمني يذكر القرار بوضوح في نهاية التوضيح• تقديم اقتراح بديل او مخالف | القرار، صريح مباشر او ضمني، متضمنا اقتراحات مفيدة |
| <ul style="list-style-type: none">• اكد للقارئ بأنك تقدره مثل اي زبون اخر او مستفسر يتوقع ان يكون زبونا في المستقبل..• شجع القارئ ان يكون احد زبائن المنظمة في المستقبل..• وضح للقارئ ما العمل الذي يطلب منه القايم به• عبر بوضوح عن استمرار اهتمامك بمصلحة القارئ وخدمته | خاتمة / نهاية ايجابية لطيفة (واجب) |



ثانيا: الأسلوب المباشر:

يمكنك استعمال الاسلوب المباشر في الحالات الآتية:

- إذا كانت الرسالة روتينية (**أختار**)
- إذا كنت تعرف جيدا ان القارئ يحب الاسلوب المباشر
- إذا كانت الرسالة ملحة عاجلة

نماذج عن الرسائل السلبية:

1) رسائل الاعتراف بتسلم رسائل طلب بضاعة لا يمكن تنفيذها:

- عبر عن تقديرك، واشكر الزبون على اهتمامه بالسلعة وطلبها.
- اذكر بوضوح وبطريقة يفهمها تجعل الزبون يقتنع بمبررات عدم تمكنك من تلبية طلب الزبون
- عبر عن اسفك واعتذارك عن عدم استطاعتك تلبية طلب الزبون
- اشرح للزبون بوضوح كيف يمكنه/يمكنها الحصول على البضاعة المطلوبة
- اختتم رسالتك بان تتاح لك فرصة اخرى تستطيع فيها تقديم افضل خدمة

2) الرسائل الجوابية السلبية:

مثل هذه الرسائل هي رد على استفسار عن شخص او جهة معينة، كان يطلب مرسل الاستفسار تزويده بمعلومات/توضيحية عن شخص

3) رسائل المطالبات / الشكاوى

من أجل كتابة رسائل مطالبات ناجحة، تراعى التوجيهات الآتية:

- تحقق جيدا أن هناك حاجة حقيقية للرسالة قبل الإبلاغ عن المطالبة.
- اكتب الرسالة او ارسلها حالا فور تأكدك من الخطأ.
- افترض أن البائع يرغب في تصحيح الموقف- ومن مصلحته فعل ذلك.
- لا تفترض أنه يجب لوم البائع دائما.
- احصر المطالبة في سرد الحقائق، ولا تتطرق الى شرح كيف يمكن أن يكون قد حصل هذا الخطأ
- استعمل صيغة المبني المجهول حتى لا يعتقد القارئ أنه سبب الخطأ وهو من يجب أن يلام.
- أكتب بلباقة وأدب، ولا تكن فظا.

خطة كتابة رسالة المطالبة

- ضمن الجزء "الموضوع" في الرسالة.
- ابدأ المطالبة بعبارة مباشرة توضح المشكلة، اشرح بوضوح ما هو الخطأ الذي حصل للبضاعة.
- يمكنك توضيح الضرر والخسارة التي سببها الخطأ لمنظمتك (الازعاج، فقدان زبائن وماشابه).
- قدم ما أمكنك من الحقائق التي تعزز وتدعم المطالبة، وتجنب استعمال كلمات غاضبة أو كلمات/عبارات تتضمن الاتهام أو عدم الثقة.
- يمكنك أن تهيب بنزاهة وسمعة البائع لتشجعه على ان يعالج الأمر فوراً.
- أذكر بوضوح ما الذي يجب عمله.
- أختم رسالتك باتجاه لبق وودي، يمكنك أن تعبر عن تقديرك لما يجب أن يتم عمله.

4) رسائل رفض منح تسوية لرسائل المطالبات:

- تتبع الخطوات الآتية في كتابة رسالة الرفض:
- عرف الحالة/ الموضوع باستخدام عبارة حيادية للموضوع.
- مثال: **الموضوع: رسالتكم حول أجهزة الحواسيب بتاريخ 15 حزيران**
- يمكنك، أن تعبر عن شكرك/ تقديرك للزبون لأنه لفت انتباهك للموضوع
- ابدأ بملاحظة أو تعليق حيادي(لا يتضمن الموافقة أو الرفض) حول المسألة
- اعرض التوضيحات التي تدعم وتعزز رفض منح التسوية.

- أذكر الرفض بشكل منطقي، ومنظم وواضح، مستخدما كلمات/ عبارات ايجابية وصيغة المبني للمجهول، لا تؤكد كثيرا على الرفض
- قدم بديلا، اذا كان ذلك ممكنا.
- اختتم رسالتك بتعليق/ ملاحظة لبقة بعيدا عن موضوع الرفض

مثال:

رسالة تسوية رفض

تحية طيبة وبعد

بصفتك متسوق ذكي، ياسيد، تعرف جيدا أن استغلال مواسم التنزيلات يعني الشيء الكثير، لقد وفرت 50% من ثمن المعطف الذي اشتريته من معرضنا في دبي في تنزيلات نهاية الموسم الأخير. وتصميمك على السفر من أبو ظبي الى دبي للشراء من معرض "الزين وشركاه" يدل بوضوح على اهتمامك بالجودة والتنوعية أيضا. ان الزبائن أمثالك، يستفيدون من تنزيلاتنا في آخر الموسم من عدة جوانب: ليس فقط تحقق توفيرا كبيرا، وكذلك تتمتع بفرصة الاختيار من بين أحدث الموديلات. ان مبيعاتنا في تنزيلات نهاية الموسم تتيح لنا تغيير المخزون من البضاعة بصورة متكررة ومتابعة أحدث الموديلات.

كن متأكدا بأن أي ملبوسات تشتريها من "الزين وشركاه" هي جديدة وأنتك أول من يستعملها. ونحن نشعر أننا مدينون بذلك لزبائننا. وبالرغم أن البضاعة المباعة لا ترد، فاننا نقوم بتعويض الزبون السعر الذي دفعه، اذا ما كان في السلعة عيب ما. نقدر لكم ولاءكم، ونأمل ان نستمر في كسب هذا الولاء.

وتفضلوا.....

مثال:

رسالة رفض منح ائتمان

السيد:.....

تحية طيبة:

نقدر عاليا طلب الشراء وطلب منح ائتمان الموجه الينا، ويسعدنا دائما أن ننتهز كل فرصة لتقديم الخدمة الأفضل لكم ان تقديم خدماتنا اليكم يعني الشيء الكثير لنا، ومن بين ذلك، أن ننظر الى مصلحتكم ومصلحة جميع زبائننا بكل اهتمام وحرص، وان الاهتمام بمصالح عملائنا يدفعنا ويشجعنا الى منح الائتمان لأولئك الأشخاص الذين بوسعهم الاستفادة من ذلك (الائتمان). وبالنسبة لحالتك، وفي ضوء المعلومات التي تسلمناها من المعرفين الذين اقترحتم علينا، فاننا نشعر وبكل صدق بأن قيامك بالشراء نقدا هو الأفضل لمصلحتك، في هذا الوقت.

ولأننا نعلم بأنك ترغب في الحصول على البضاعة وهي جاهزة للشحن لكم بمجرد اعلامنا بذلك. تجدون مغلفا بريديا معنونا اليها لارسال الشيك/ الحوالة لنا. وسنعمل على شحن البضاعة اليكم فور تسلمنا طلب الشراء.

.....
.....

المحاضرة الثامنة: الرسائل الاقناعية ورسائل البيع

الرسائل الاقناعية:

من المتوقع جدا أن تقوم أثناء عملك بكتابة رسائل ومذكرات داخلية عديدة تطلب فيها من القارئ القيام بعمل ما:

- اتخاذ اجراء ما، (أختبار)
- قبول وجهة نظر،
- أداء خدمة معينة،
- تحقيق رغبتك،
- التغيير وما شابه ذلك، (طلب تسوية، طلب بضاعة، طلب ائتمان، طلب قرض، طلب تحصيل/ دفع دين مستحق، طلب ترقية، طلب عمل...الخ).

اسلوب كتابة الرسائل الاقناعية

| اسلوب غير مباشر | اسلوب مباشر |
|---|---|
| <p>في المواقف والحالات:</p> <ul style="list-style-type: none">• الصعبة المعقدة والحساسة• وإذا كان الطلب غير روتيني• ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو• يتردد في الاستجابة كما ترغب• أو أن الاستجابة تتطلب منه تضحية شخصية• تتكون خطة رسالة الاقناع من أربعة اجزاء:• اجذب انتباه القارئ.• اعرض الحقائق والحجج بشكل مقنع• والكتابة من وجهة نظر القارئ• اذكر طلبك بوضوح وبدون ذكر أي• سلبيات.• اختتم الرسالة بصورة ايجابية | <p>يستخدم في حالات:</p> <ul style="list-style-type: none">• إذا كان الطلب بسيطاً روتينياً• وشخصياً• تعتقد أن القارئ سوف يستجيب• لطلبك دونما تردد، <p>يتكون الأسلوب المباشر من:</p> <ul style="list-style-type: none">• الفكرة الرئيسية، الغرض من الرسالة، الموضوع- اذكر الطلب والسبب.• التوضيح: الحجج والتفاصيل اللازمة حتى يستطيع القارئ أن يستجيب بدقة.• نهاية لبقة مهذبة -أطلب بلباقة الاجراء الذي ترغبه. |

مثال:

رسالة طلب

السيد/.....

تحية طيبة وبعد

الموضوع:

لم يصل الى دائرة المبيعات لدينا اي ابناء/رسائل منكم منذ فترة، الامر الذي يقلقنا كثيرا، وإننا نعلم ان كتيبات وكتالوجات عديدة اخرى تصلك، ولكنك كما تعلم فقد كنت احد الزبائن المفضلين لدينا خلال السنوات الثمانية الماضية، وإننا نقدر لك عاليا الثقة التي منحتها لنا.

ونود ان تعلمنا ان كان هناك اي شيء غير راض عنه بالنسبة لسلعنا/خدماتنا.

نرجو ان ترسل لنا ملاحظاتك- ويمكنك الكتابة مباشرة على نموذج الطلب المرفق مع الكاتالوج- واعلمنا كيف نستطيع ان نقدم لك افضل خدمة.

رسالة طلب ائتمان

تخطط رسالة طلب ائتمان على النحو الآتي:

- ابدا مباشرة بالموضوع، حدد نوع الائتمان الذي تحتاجه، وكيف ومتى سوف تقوم بتسديده
- قدم توضيحا مبينا الهدف والاسباب وراء طلب هذا الائتمان
- اذكر علاقتك ومعاملاتك السابقة مع المورد/البائع وسمعتك
- اظهر استعدادك لتقديم اي معلومات اضافية /أو تقديم اسماء معرفين (أختبار)

مثال:

رسالة طلب تمديد ائتمان
تحية طيبة،

نأسف لابلإعكم اننا لن نستطيع تسديد قسط شهر ايلول البالغ 1500 دولار امريكي.

لقد كنا ننوي ان ندفع القسط كالمعتاد، ولكنك ربما قرأت في التقارير الصحفية حول الحريق الذي اندلع في مخازننا في 10 آب. وقد سبب هذا الحريق خسارة فادحة لنا، ولم تقم شركة التامين بالتعويض الكامل، حيث وعدتنا بدفع كامل التعويض خلال الاسابيع القليلة القادمة.

هل يمكنكم ان تمددوا الائتمان لمدة شهرين، ونامل ان نكون قادرين على تسديد كامل المبلغ في منتصف تشرين اول. ليس هناك من ضرورة تستدعي الاشارة الى ان هذه الظروف استثنائية، وقد كنا دوما نسدد التزاماتنا في مواعدها المحددة كما يتضح من سجلنا الطويل معكم.

رسائل التحصيل

يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:

- اقناع المشتري/ الزبون بتسديد مبلغ استحق تسديده منذ حين (أختبار)
 - الابقاء على العلاقة الحسنة والتعاون المثمر المتبادل مع الزبون
- تتضمن عادة حملات التحصيل ثلاث مراحل:
- التذكير في المرحلة الاولى/المبكرة
 - الاقناع في المرحلة المتوسطة (طلب قوي).
 - الالاحاح في المرحلة الاخيرة

مثال:

رسالة تحصيل تذكيرية

السيد -----

تحية طيبة وبعد،

الموضوع:

لقد مضى اكثر من شهر على موعد استحقاق قسط شهر نيسان ولم يصلنا هذا المبلغ حتى الان. وفي ضوء سجلك الجيد معنا خلال السنوات الخمس الماضية، فإننا نثق جيدا بانك ترغب فعلا بتسوية حسابك برسالة شيك بالمبلغ حالا. ولاجل راحتكم نرفق لكم مغلفا يشتمل عنوان الرد او الطابع البريدي. نقدر لكم عاليا معاملاتكم الجيدة السابقة معنا، ونتطلع دوما لخدمتكم. وتفضلوا-

رسائل البيع

- رسالة البيع هي رسالة من البائع/المورد الى القارئ/الزبون يبدي (البائع) فيها استعداده ورغبته في تزويد القارئ/ الزبون بسلعة او خدمة او كليهما
- قد تكون رسالة البيع بناءا على طلب مسبق

أهمية رسالة البيع

- تعتبر رسائل البيع أقل تكلفة من الوسائل الأخرى. (أختبار)
- تعتبر رسائل البيع أكثر دقة لأنه يمكن اعدادها وتكييفها لتناسب فئة معينة بدلا من الجمهور عامة.
- الضوابط والتشريعات الحكومية التي تنظم وتضبط وتراقب رسائل البيع اقل بكثير عما هي عليه بالنسبة لوسائل الدعاية الأخرى.

عملية الاعداد لرسالة البيع

أ- دراسة وتحليل السلعة

- ما هي استعمالات السلعة واستخداماتها؟ كيف يمكن ان تفيد القارئ؟
- كيف تم تصنيعها ونتاجها؟ ما هي المواد التي تدخل في انتاجها؟
- ما هي المزايا والمنافع التي توفرها السلعة مقارنة بالمنتجات المماثلة؟
- ما هو سعر السلعة للزبون/ العميل؟
- كيف تعمل؟ وكيف تستعمل؟
- ما مدى سهولة/ صعوبة صيانتها وتصليحها؟
- ما هو الضمان/ الكفالة ومدتها المقدمة مع السلعة؟
- ما مقدار المال والجهد والوقت الذي يمكن أن توفره السلعة للزبون/ العميل؟

ب- دراسة وتحليل القارئ

- ما هو مستواه التعليمي؟ ما هو مستوى دخله؟
- أين يسكن او يعيش؟ في المدينة أم الريف؟
- ما هو عمره؟ صغير السن أم كبير السن؟
- ما هي مهنته؟ ما هو عمله؟
- ما هي الحالة الاجتماعية؟ أعزب أم متزوج أم أرمل؟
- ما هو جنسه؟ ذكر أم أنثى؟
- ما لاهو حجم أسرته؟ صغير، متوسط أم كبير؟
- ما هو نمط استهلاكه؟ ينفق كثيرا حتى على الكماليات أم عكس ذلك.
- أي خصائص أو جوانب أو أمور تتعلق بالقارئ وذات صلة بموضوع الرسالة

ج- تقرير إستراتيجية وجاذبية البيع (أختبار)

- إستثارة وتفعيل دوافع الشراء (الكامنة) داخل القارئ/ المستفيد
- الاغراءات البيعية العاطفية
- الاغراءات البيعية العقلانية
- اعداد قائمة المستفيدين المستهدفين
- تحديد السعر

د- تنظيم رسالة البيع

- جذب انتباه القارئ (الانتباه)
- استثارة الرغبة لدى القارئ بالسلعة
- ايجاد الرغبة لدى القارئ بشراء السلعة
- تشجيع القارئ على اتخاذ إجراء معين



هـ- جذب انتباه القارئ / المستفيد:

- جملة أو سؤال تستفز به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شيء لا يمكنك مشاهدته".
- قدم عرضاً: "اشتر زوجاً من الأحذية واحصل على الثاني مجاناً".
- اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء للتأمين تعطي أفضل تبريد صيفا وتدفئة شتاء وبهدوء تام كما كانت دائماً بالرغم من مرور (15) سنة على استعمالها.
- وجه سؤالاً يقود القارئ الى الاجابة بصورة معينة "ألا ترغب في كسب المزيد من مقابل دينار واحد أسبوعياً؟ ألا ترغب في شراء سيارة في المستقبل؟ ألا تخطط لقضاء الصيف الحار في ربوع ----- ؟
- استخدام الصور والرسومات والوسائل الفنية
- طباعة عبارة معينة أو توضيح معين على مغلف الرسالة
- توجيه الرسالة باسم القارئ/ المستفيد

و- إثارة اهتمام القارئ: استخدام الحجج والبراهين والأدلة الشائعة

- نتائج فحوصات مخبرية تتعلق بالسلعة.
- آراء مستفيدين (زبائن) مشهورين ممن استعملوا السلعة لفترة طويلة
- حقائق وأرقام من تقارير المستفيدين من السلعة
- معرفون (قائمة بالزبائن الذين عبروا عن رضاهم التام عن السلعة)
- مقارنة السلعة بسلع منافسين آخرين.
- وصف مكونات (المواد التي تصنع منها) السلعة.
- تقديم عينات مجانية- أن يقوم القارئ بتجريب السلعة مجاناً.
- ضمان/ كفالة السلعة.
- دعوة القارئ لزيارة المصنع للاطلاع مباشرة على عمليات التصنيع.
- دعوة القارئ للمعرض لحضور عرض لاستعمال السلعة.

ز- شجع/ادفع القارئ للقيام بعمل إيجابي (اختبار)

- أخبر القارئ بشكل واضح ما الذي يجب أن يفعله بالتحديد.
- أخبره كيف يستطيع القيام بذلك.
- احرص أن يكون بوسعه القيام بالعمل بسهولة.
- اجعل سعر السلعة يبدو مناسباً من وجهة نظر القارئ.
- دفع القارئ وحثه على انجاز ما هو مطلوب فوراً دون إبطاء (قبل أن ينسى الأمر أو يراوده التردد في الشراء)، وتحديد موعد لذلك.

مثال:

تحية طيبة وبعد

الموضوع:

السيد/ السيدة/ الأنسة.....الفاصلة

بينما كنت وأحد الزبائن نناقش التطورات والاكتشافات والاختراعات العلمية التي أسهمت في تقدم البشرية، قال لي: "إن الاكتشافات والاختراعات العلمية الحديثة هي لعنة ونقمة للبشرية، وسوف تدمرها يوماً ما..." طبعاً لا تتفق مع هذا الرأي، إنها حملة حمقاء...وغير صحيحة أبداً، لأن هنالك كثير من الاختراعات والاكتشافات العلمية لا تضر البشرية أبداً، وذات فوائد ومنافع عديدة للإنسانية.

إن جهاز التكييف "الكثرا" الذي نتجه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جداً والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنعش اللطيف طيلة أيام الصيف الحارة جداً، ويمنحك الدفء اللازم في أيام البرد الشديد طيلة أيام الشتاء ولباليه الطويلة. إنه يضفي على حياتك السعادة والسرور والانتعاش والحيوية مما يجدد طاقتك ونشاطك باستمرار وفي غاية الهدوء ولا تكاد تسمع صوت الجهاز وهو يعمل. علاوة على ذلك سوف تسر كثيراً حينما تتسلم فاتورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جداً رغم تشغيل المكيف ساعات طويلة.

نرجو أن تتفضل بزيارة معرضنا لمشاهدة عرض وتجربة الجهاز، ولا يستغرق الأمر سوى دقائق من وقتك، ولكن سوف يساعدك ذلك على التخلص من صعوبات ومعاناة الحر صيفاً والبرد شتاءً، ويجعل حياتك أكثر بهجة وحيوية ومريحة جداً. سوف ينقلك باص المؤسسة من الساعة.....وكذلك العودة الى نفس المكان. نأمل أن تتقبل دعوتنا لإتاحة الفرصة لنا لنريك ماذا توفر لك أحدث أجهزة توفير الراحة والبهجة والحيوية.



المحاضرة التاسعة: البحث عن وظيفة

البحث الناجح عن الوظيفة يقتضي من الشخص:

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • زملاء الدراسة سواء في الجامعة او ما قبلها • الأصدقاء من غير الطلبة • الزيارات واللقاءات العائلية • الحرص باستمرار على المشاركة مع الأهل في زيارتهم ولقاءاتهم العائلية والاجتماعية • أعضاء الهيئة التدريسية • المسؤولون الذين يشغلون وظائف/ مناصب عالية في الجهات المختلفة في القطاعين العام والخاص • حاول جادا ان تشارك في الاندية والجمعيات والمنظمات والهيئات المدنية | <p>بناء شبكة واسعة من العلاقات</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • الاتصال بالاصدقاء والاقارب وغيرهم ممن تعرفهم ويعرفونك • مكاتب التوظيف والعمل، بما في ذلك مكتب التوظيف والعمل في جامعتك • الاعلانات في الصحف والمجلات والتلفاز والمذيع وغيرها • الانترنت من خلال الاطلاع على مواقع بعض المنظمات على الشبكة • ان تقوم بارسال رسائل طلب توظيف بالبريد للمؤسسات/ المنظمات التي قد ترى انها بحاجة الى خريجين من تخصصك • الاتصال بالمنظمات شخصيا والاستفسار عن وجود وظائف شاغرة • استطلاعات الرأي والدراسات المسحية التي يتم اجراؤها حول المنظمات المختلفة | <p>البحث عن فرص العمل/الوظائف الشاغرة</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • نوع وطبيعة مهام ومسؤوليات وواجبات الوظيفية • المؤهلات العلمية والتدريب والخبرات التي تتطلبها الوظيفة • ظروف عمل الوظيفة وساعات العمل • طرق الالتحاق بالعمل • القدرات والمهارات والخصائص من ميول واتجاهات وقيم....الخ • مكان/موقع العمل • فرص التقدم والنمو والتطور | <p>تحليل الوظائف الشاغرة</p> |

طلب وظيفة

- رسالة يكتب من قبل طالب الوظيفة
- ييدي فيه الرغبة في التوظيف
- كثيرا ما تطلبه المنظمات بخط اليد
- يعطي انطباع قويا عن المترشح خصوصا حينما يكتب فورا
- يشتمل طلب التوظيف في الغالب على:
 - رسالة طلب وظيفة/عمل
 - بيان السيرة الذاتية للمتقدم (C.V: Curriculum Vitae) (اختبار)
 - تفادي تكرار المعلومات بين رسالة الطلب وبيان السيرة الذاتية (اختبار)

تنظيم رسالة طلب وظيفة

- تعد رسالة طلب وظيفة بنفس مقومات رسالة البيع او الرسالة الاقناعية (اختبار)
- التقيد بالشروط الشكلية والشروط الموضوعية
- رسالة طلب وظيفة هي في جوهرها رسالة إقناعية تتطلب:
 - جذب انتباه صاحب العمل
 - اثارة الاهتمام صاحب العمل
 - تشجيع صاحب العمل على اتخاذ قرار ايجابي

بيان السيرة الذاتية

- بيان السيرة الذاتية هو عرض موجز ومنظم لحقائق تتعلق بالشخص طالب الوظيفة، ويتميز بيان السيرة الذاتية بثلاث خصائص وهي:
- ان المعلومات التي تظهرها حقيقية يمكن التحقق من صحتها.
 - إن الحقائق معروضة تحت عناوين مثل المؤهلات العلمية، الخبرات، المهارات
 - الحقائق تعرض تحت كل عنوان في شكل جدول او نقاط وليس في صيغة جمل
 - بيان السيرة وسيلة أداة ترويج وتسويق **(اختبار)**
 - بيان السيرة الذاتية اول ما يرسل الى صاحب العمل

المحاضرة العاشرة: تابع عملية طلب التوظيف:

عناصر بيان السيرة الذاتية (مناقشة) ماهي الأجزاء الرئيسية لبيان السيرة الذاتية ولماذا ينصح بكتابة المعروفون؟

1. المعلومات الشخصية
 2. تحديد هدف المسار المهني
 3. التعليم
 4. الخبرة العلمية
 5. الانجازات
 6. مؤهلات/ مهارات خاصة
 7. شهادات التقدير والجوائز
 8. عضوية الجمعيات المهنية
 9. النشاطات
 10. الاهتمامات
 11. الرخص والتسجيل
 12. معلومات شخصية
 13. المعروفون **(اختبار)** بم تختم السيرة الذاتية؟
- ينصح بكتابة المعروفون حتى يؤكدو ويدعموا ماكتبته في السيرة الذاتية**

(مناقشة) لماذا ينصح بعدم زخرفة بيان السيرة الذاتية حتى يكون واضح ومريح للنظر وسهل القراءة ولأنه شيء رسمي اكثر من ان ينظر الى الزخرفة او غيرها

مقابلات التوظيف

- المقابلة مرحلة حاسمة في التوظيف فهي الامتحان الذي يتقرر فيه اختيار المتقدم ام غيره وفي استطلاع مع أصحاب الأعمال الذين أجروا مقابلات التوظيف أشار هؤلاء إلى الصفات الآتية مرتبة حسب أهميتها:
- (1) المظهر
 - (2) طريقة اللباس
 - (3) الشخصية
 - (4) الكلام، الصوت
 - (5) الاخلاق
 - (6) المهارات

توجيهات

- استبعاد اية معلومات ليست ذات علاقة/صلة بالامر
- الابتعاد عن الاسهاب المطول-
- تجنب العبارات البراقة، الاناقة البلاغية، والحرص على اختيار كلمات توحى بالفعل/ الإجراء والحسم **(اختبار)**
- تدقيق اللغة من حيث القواعد والاملاء...
- تذكر صاحب العمل/القارئ
- ابراز الجوانب والأمور الرئيسية التي يبحث عنها صاحب العمل

أنواع مقابلات التوظيف

| نصائح مفيدة | الوصف | نوع المقابلة |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> تحدث ببطء ووضوح. تصور أنك تجري مقابلة وجها لوجه، توقع الاسئلة التي توجه إليك، ضع امامك رسالة التوظيف وبيان السيرة الذاتية | تستخدم عادة بمثابة خطوة أولية لتصفية المتقدمين | مقابلة هاتفية أو بواسطة البريد الإلكتروني |
| <ul style="list-style-type: none"> صافح من يقابلك بحرارة حافظ على التفاء العيينين أظهر حماسك للمنظمة والعمل كن ايجابيا اتجاه المنظمات السابقة | سيكون حديث شخص - لشخص | واحد - لواحد |
| <ul style="list-style-type: none"> نفس ما جاء في المقابلة السابقة ابدا بالتفاء العيينين مع الشخص الذي يسألك، ثم حرك عينيك لتلتقي مع كل شخص في الغرفة. | عدد من يقابلون المتقدم للوظيفة | جماعية |
| راجع قوائم اسئلة المقابلات بشكل عام، وتمرن مع صديق أو مرشد مهني (انظر قائمة الاسئلة لاحقا) | قد تتضمن الاسئلة: حدثنا عن نفسك ؟ ماهي اهم مواطن قوتك وضعفك؟ اين ترى نفسك بعد (5) سنوات؟ كيف يمكن ان يصفك أفضل اصدقائك؟؟ | تقليدية |
| <ul style="list-style-type: none"> ضع قائمة بأمثلة عن سلوكك كن مستعدا لإعطاء أمثلة على حالات او مواقف كانت النتائج غير ما خططت له | *استقراء السلوك المستقبلي للفرد قد يكون السؤال بشأن أمثلة محددة من خبرات وتجارب سابقة في العمل، ...الخ | سلوكية |
| <ul style="list-style-type: none"> لا تكن دفاعيا، حافظ على هدوئك وأجب عن الاسئلة مهنيا | في هذه المقابلة يكون الشخص الذي يجري المقابلة، غير ودي، عدوانيا ومتحديا ليرى كيف يكون رد فعلك | التوتر |

| بعد المقابلة | أثناء المقابلة | الاستعداد للمقابلة |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> اكتب رسالة شكر لكل من شارك في مقابلتك خلال 24 ساعة (أخبار) (واجب): تعبير عن تقديرك وشكرك للضيافة والتكريم الذي حظيت به. أن تعبر عن شعورك الإيجابي بشأن الوظيفة والمنظمة تقديم الوثائق والمعلومات الاضافية التي طلبت منك تؤكد على استمرار اهتمامك وحماسك للوظيفة. أن تعيد تسليط الضوء على أهم مواطن قوتك التي تؤهلك للوظيفة | <ul style="list-style-type: none"> المقابلة الناجحة تبدأ دائما بالحضور في الوقت المحدد صافح بحرارة وأنت تبتم وتلتقي عينك بعيني محاورك، ثم تابع مصافحة باقي الاشخاص لا تجلس الا بعد ان ياذن لك بالجلوس. واجلس منتصبا دونما وضع رجل على رجل وذراعيك متقاطعتين. استرخ، وتحلى بالهدوء والثقة بالنفس، وتحدث بصوت واضح واحرص أن تضبط تعابير وجهك وحركات جسمك. حاول أن توجه من يقابلك إلى الأسئلة التي تظهر مؤهلاتك وقدراتك. امتنع عن توجيه أي إنتقادات للمنظمات التي عملت لديها سابقا تذكر أن تطرح الأسئلة التي كنت قد اعددتها عن المنظمة استخدم لغة لطيفة، رقيقة، ودية، ومهذبة في ختام المقابلة، اشكر من قابلك على استقبالك ومناقشة فرص العمل لديه، وقم بمصافحته | <ul style="list-style-type: none"> ادرس وتعرف جيدا على المنظمة/ صاحب العمل ومجال عمله راجع مؤهلاتك وخبراتك توقع الاسئلة وأعد الاجابات عنها (أخبار) تمرن على الاسئلة والاجابات أعد الاسئلة التي يمكن ان توجهها لصاحب العمل إذا اتاحت الفرصة اعرف جيدا الى اين انت ذاهب ماذا يجب ان تحضر معك المظهر اللائق |

رسائل أخرى تتعلق بالتوظيف

| رسالة رفض عرض وظيفة | رسالة قبول عرض عمل |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• ابدأ بالتعبير عن تقديرك وشكرك لصاحب العمل على العرض• امدح من قابلك على هذا العرض• اشرح ووضح الأساليب والمبررات التي تدعوك للرفض• قدم مبررات وأسباب تقنع صاحب العمل.• اعتذر عن قبول الوظيفة بلهجة ايجابية لبقة.• اختتم الرسالة بعبارة مهذبة، ولطيفة ثم كرر تقديرك للعرض مع التطلع في المستقبل لفرصة اخرى | <ul style="list-style-type: none">• وهي رسالة قصيرة تكتب بالأسلوب المباشر، وقد تتضمن:• عبر عن شكرك وتقديرك لصاحب العمل على العرض.• أكد على تفاصيل هذا العرض كما وردت فيه، بما في ذلك نوع العمل، والراتب، والمزايا، وتاريخ بدء العمل..• تستطيع أن تضيف تعليقا إيجابيا عن المنظمة والمقابلة.• اختتم رسالتك بأنك سوف تبذل كل جهد مستطاع لأداء العمل بأفضل صورة ممكنة. |



المحاضرة الحادية عشر: المذكرات الداخلية:

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • أحد أنواع الاتصال الكتابي الأكثر انتشارا في المنظمة (واجب) • يتم تبادلها بين العاملين في نفس المنظمة • تسمى أحيانا مراسلات داخلية، مذكرات مكتب • تستخدم أكثر كلما توسعت المنظمات وتزايد حجمها • تظهر أهميتها أكثر مع تزايد المشكلات التنظيمية والادارية • تحقق الربط والتنسيق بين الوحدات والأقسام والنشاطات المختلفة | <p>مقدمة</p> |
| <p>تتدفق المذكرات بصورة دائمة في جميع الاتجاهات (واجب):</p> <ul style="list-style-type: none"> • من الأعلى للأسفل او من الرئيس إلى المرؤوسين، • ومن الأسفل إلى الاعلى، • أفقيا في نفس الوحدة أو بين وحدات مختلفة <p>المذكرات تخدم أغراضا شتى:</p> <ul style="list-style-type: none"> • توصل معلومات واستفسارات • تشرح السياسات والاجراءات والقرارات والتعليمات، • تقدم النصح والمشورة والتوضيح والتوجيه، والدافعية والتدريب والمشورة، • الإبلاغ عن مشكلات العمل والصراعات وغيرها. • إطلاع العاملين على أي تغييرات في السياسات والاجراءات وتفاصيل العمليات الداخلية في مختلف النشاطات والوظائف من إنتاج وتسويق | <p>خصائص المذكرات</p> |
| <ol style="list-style-type: none"> 1- تمثل المذكرات وثائق و مستندات دائمة 2- تشكل برهان أو إثباتا يمكنه المحافظة على مصالح وحقوق الشركة ويوضح التزاماتها 3- أفضل طريقة لعرض معلومات معقدة مدعومة بالأرقام والرسوم 4- تلائم وتريح المستقبل أكثر من الاتصالات الشفهية 5- أقل تكلفة من الاتصال الهاتفي أو المباشر وجها لوجه 6- تتيح للمرسل والمستقبل وقتا أطول لكتابة المذكرة وفهمها | <p>مزايا المذكرات الداخلية</p> |
| <p>معظم المنظمات الكبيرة تقوم بطباعة قرطاسية لاستخدامها مذكرات داخلية، وتوزع في الغالب على المديرين ورؤساء الأقسام الذين يكتبون مذكرات داخلية بشكل متكرر. في كل مرة يريد شخص أن يرسل رسالة مكتوبة داخلية ينزع ورقة من الرزمة ويكتب/ يطبع عليها الرسالة الداخلية.</p> <p>التصميم الشائع للمذكرات هو:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- الترويسة – عبارة مذكرة داخلية - (اختبار) 2 - عبارة "إلى" : تأتي بعد الترويسة، تطبع على يمين الصفحة. 3 - عبارة "من" تلي "إلى" مباشرة وتطبع على يمين الصفحة. 4 - التاريخ: يطبع مباشرة. 5 - الموضوع: يطبع مباشرة تحت "التاريخ". | <p>تصميم/ تنسيق المذكرة الداخلية</p> |
| <p>مذكرة داخلية</p> <p>إلى: جميع مديري الإدارات من: حسام علي، مدير إدارة الموارد البشرية. التاريخ: 20 نيسان 2008 الموضوع: برنامج التعريف للمعينين الجدد</p> <p>أرفق لكم مسودة البرنامج المقترح. تلاحظون أن البرنامج سوف يعقد في الفترة ما بين 4-1 حزيران، يوميا من الساعة 4 – 7 مساء</p> <p>أرجو موافاتي بموافقتكم وأي ملاحظات قبل ذلك التاريخ</p> | <p>مثال</p> |

المذكرات الداخلية والرسائل

هناك بعض الاختلافات بين الرسائل والمذكرات

1- إن معظم المذكرات تكتب بصورة مباشرة.

2- إن كاتب المذكرة ليس مضطرا إلى الشعور بالقلق والحيرة أو استخدام "اتجاه- أنت".

- 3- الأجزاء الثلاثة: التحية الافتتاحية، والتحية الختامية، والتوقيع، نستغني عنها في المذكرات، إذ أنه يفترض أن تسود علاقات المودة والصدقة بين العاملين.
4- إن المذكرة تكون قصيرة قدر الامكان وتتناول موضوعا محددا.

التقارير

- التقرير يكتب في حالات عديدة: في الدراسة، أو في العمل
"التقرير هو عرض حقائق ومعلومات بصورة منظمة وموضوعية من أجل غرض/ هدف معين يتعلق بالعمل".
1- يعتمد التقرير بصفة رئيسة على الحقائق.
2- يتم عرض الحقائق بتسلسل منطقي وطريقة منظمة.
3- يجري عرض وتحليل الحقائق بصورة موضوعية، مجردة، وحيادية.
4- التقرير هو وسيلة وليس غاية. فالوظيفة النهائية للتقرير هي توفير أساس سليم شامل من الحقائق والتحليل، يعتمد عليه صاحب القرار / من طلب التقرير في التوصل إلى قرارات وحلول وإجراءات ناجحة وسليمة.

(مناقشة) ماهو دور التقارير في المنظمة ولماذا تصنف ضمن الرسائل الايجابية؟

تحليل الارتباط: استخدام محول الارتباط لتحديد مدى التغييرات في قيمة سمة (مثل طول فترة التوظيف) المقترنة مع التغييرات في آخر السمة (مثل الرواتب). (البيانات لتحليل الارتباط يتألف من الأعمدة اثنين من المدخلات. كل عمود يحتوي على قيم واحدة من سمات الفائدة. ويمكن لمحول الارتباط حساب تدابير مختلفة من العلاقة بين الأعمدة اثنين من المدخلات

أنواع التقارير

- 1- تقارير الانتاج/ تقارير الموارد البشرية/ تقارير التسويق/ تقارير التمويل.
- 2- تقارير رسمية / وغير رسمية.
- 3- تقارير يومية /أسبوعية / شهرية/ أولية/ نهائية.
- 4- تقارير روتينية / خاصة/ عاجلة.
- 5- تقارير عادية/ سرية.
- 6- تقارير وصفية/ إحصائية /تحليلية.
- 7- تقارير داخلية.

استخدامات وأغراض التقارير

- اطلاع المسؤولين على سير العمل والانجاز في المنظمة.
- تقييم مستويات أداء الأفراد والجماعات والادارات والنشاطات المختلفة. (أختبار)
- عرض نتائج دراسة/ بحث موضوع معين أو مشكلة معينة تتعلق بالمنظمة
- عرض مقترحات / توصيات / مشورة للمساعدة في التوصل إلى قرارات.
- تغيير اتجاهات وميول وسلوك الآخرين من خلال إقناعهم بتبني / تطبيق ممارسات معينة في العمل.
- توفير المعلومات والبيانات اللازمة عن الأوضاع الحالية والمستقبلية للمساعدة في إعداد الاستراتيجيات والخطط والسياسات.
- تقديم الاقتراحات والتوصيات والمشورة الهادفة إلى مواكبة التطورات العلمية.
- تحقيق درجة عالية من التعاون والتنسيق والتكامل فيما بين الوحدات.

عملية كتابة التقارير

1. التخطيط (أختبار)
 - تحديد الهدف/ الغرض من التقرير
 - تحديد من هو / هم الذين سيرسل إليهم التقرير
 - تحديد أبعاد / جوانب المشكلة ، متطلبات ومحددات الدراسة
 - تحديد مصادر وأساليب جمع المعلومات
 - ضع جدولاً زمنياً لاعداد وكتابة التقرير
2. جمع المعلومات
3. تنظيم المعلومات ووضع المخطط النهائي للتقرير

4. كتابة مسودة التقرير
5. المراجعة والتعديل
6. التدقيق والتحرير

إخراج التقرير

متطلبات التقرير الجيد

- لا بد أن يكون التقرير أداة ووسيلة توفر عوناً ومساعدة هامة للإدارة
- أن يكون التقرير موحداً، أي أن يتناول موضوعاً واحداً فقط.
- الشمولية: أن يكون التقرير كاملاً يتناول الموضوع من مختلف جوانبه.
- أن يكون التقرير صحيحاً.
- أن يكون التحليل سليماً ومنطقياً
- أن يتم عرض الموضوع في التقرير وفق خطة مدروسة تعتمد التحليل المنطقي وتصنيف وتبويب المعلومات بشكل سليم
- الوضوح والابحار، ولا سيما التوصيات والاقتراحات وتعزيزها بالبراهين
- استخدام لغة سهلة، بسيطة ودقيقة، والابتعاد عن المصطلحات المعقدة الغامضة أو المطولة. (**أختبار**)

المحاضرة الثانية عشر: الاتصالات الشفهية الفعالة:

الإصغاء:

التواصل الجيد يقضي:

- الاستماع بجلاء
 - الحديث بوضوح
 - التساؤل الذكي
 - القراءة السريعة الواعية
 - الكتابة الجيدة
- تشير الأبحاث في مجال الإقتصاد أن الفرد أثناء العمل يقضي وقتاً في الإصغاء أطول من أي شيء آخر (**أختبار**) - القراءة، والكتابة، والتحدث.....
- ويعتبر الإصغاء الوسيلة الرئيسية التي نتعلم ونتعرف من خلالها على الحقائق والناس والأحداث والمشكلات.

(مناقشة) ما هو دور الإصغاء في عملية الاتصال بالمنظمة؟

- قد أنعم الله علينا بأذنين ولسان واحد ومن هنا يجب الإصغاء أكثر من الكلام .
- *يتطلب الإصغاء أذنين أحدهما لفهم القصد والأخرى للإحساس .
- *متخذى القرار الذين لا يصغون توجد لديهم معلومات أقل لاتخاذ قرار سليم .

طبيعة الإصغاء

تتضمن عملية الإصغاء العناصر الآتية:

- أسباب ودوافع تحسين الإصغاء
- الحصول على كامل المعلومات
- تحسين العلاقات
- حل المشكلات
- فهم الناس بصورة أفضل.
- السماع
- تركيز الإنتباه . (**أختبار**)
- تفسير رموز الاتصال (**أختبار**)
- التذكر
- التقييم

شروط الإصغاء الفعال

- توقف عن التحدث (مع زميلك/ زملائك)
- اصغ للمعني الكلي وأحكم على المعنى لا على طريقة التحدث
- تعاطف مع المتحدث (تصور نفسك مكانه).
- كن صبوراً ليكن رد فعلك منصفاً ومعقولاً
- اضبط مزاجك ولا تحكم على الأمور قبل فهمها جيداً
- أعرض حكمك وتقييمك ونقدك بكل هدوء
- اجعل المتحدث في وضع/ موقف مريح دونما أي مضايقة



- أو إزعاج له.
- ركز انتباهك **(أختبار)**
- أظهر للمتحدث أنك تريد أن تصغي وأنك مهتم بذلك.
- أزل كل ضوضاء / تشويش / قاوم كل تشويش.
- اطرح الأسئلة، وقدم تغذية راجعة مناسبة وفي الوقت المناسب
- توقف عن الحديث. سجل الملاحظات إن كان ضروريا

معوقات الاستماع

- فقدان الهدف
- تفاهة الحديث
- الميل للانتقاد
- التشويش
- عدم الصبر
- انشغال البال
- الشعور الملح بالاجابة **(أختبار)**
- الحكم على الكلام الصادر عن المتكلم
- ان تسمع وانت في عجلة من امرك
- ان تسمع ما تريد سماعه فقط
- ان يكون لديك ما تود قوله ويلج عليك
- ان ترى ان محدثك بعيدا عنك
- ان تكون محملا في محدثك دون متابعة وتركيز

تنمية مهارة الاستماع

- 1- الابتعاد عن المقاطعة
- 2- الحذر من سرعة الجواب
- 3- عدم مقاطعة فترات الصمت
- 4- عدم شرود الذهن
- 5- فهم وتحليل افكار المتكلم
- 6- تقبل آراء الآخرين واحترامها بلا انفعال او عصبية
- 7- اظهار التغذية الراجعة
- 8- التلخيص
- 9 - ان تنصت للأفكار لا للجمل
- 10 - تجنب الأحكام المتعجلة
- 11 - ضع في ذهنك ان الحديث مستمر حتى النهاية

المقابلات

- هي نقاش منظم ومخطط يتحدث ويصغي خلاله كل من طرفي النقاش.
- هي نوع من الاتصال الشخصي باتجاهين.
- المقابلة الناجحة والفعالة، تقتضي التخطيط لها بعناية وبصورة منتظمة وأن تكون أهدافها واضحة ونشاطاتها محكمة ومنضبطة.
- الهدف الرئيسي للمقابلة هو:
أ. تبادل المعلومات بغرض تقييم موقف أو سلوك شخص معين والعلاقة فيما بينهما.
ب. لتحقيق ذلك من الضروري أن تتوافر جميع الحقائق والمعلومات والأدلة ذات العلاقة لجميع الأشخاص المشاركين في المقابلة.

| إرشادات للمقابل | إرشادات للشخص الذي تتم مقابله |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • تخطيط المقابلة و تحديد المعلومات ونوع وقائمة الاسئلة التي ستطرحها • تبليغ الشخص المعني بمكان وموعد المقابلة. • ضع من تقابله في وضع مريح • وجه مسار المقابلة • الإصغاء • التلخيص • التوثيق • اختتام المقابلة | <ul style="list-style-type: none"> • حضر واستعد للمقابلة. • اجعل مظهرك مناسباً. (أختبار) • أظهر الاهتمام • أجب عن الأسئلة بشكل صحيح وكامل • كن لبقاً |



الاجتماعات: (اختبار) ما الهدفان الرئيسيان للاجتماعات؟

- ماهية الاجتماعات: الاجتماع هو عبارة عن لقاء يضم شخصين فأكثر حيث يجري هؤلاء حديثا ونقاشا هادفا.
- يتراوح عدد أفراد الجماعة ما بين 3-15 شخصا أو أكثر
- وقد تكون هذه الجماعة رسمية أو غير رسمية.
- الأوصاف السلبية على الاجتماعات واللجان:
"الاجتماعات واللجان تحتفظ بالمحاضر/ الوقائع وتهدر الساعات"
"الاجتماعات نزرع ولا تحصد/ تجني"
"إذا أردت أن تدفن موضوعا حوله إلى لجنة لدراسته"

| دور رئيس الاجتماع / الجلسة | دور المشاركين في الاجتماع |
|--|---|
| <p>التخطيط قبل الاجتماع: تحديد الهدف من الاجتماع. تحديد المشاركين تحديد مكان وتاريخ ووقت الاجتماع تحديد جدول الأعمال (واجب) توزيع دعوات الاجتماع على المشاركين ومتضمنة جدول الاعمال فحص الترتيبات المادية للاجتماع</p> <p>أثناء الاجتماع: - افتتاح الاجتماع. - التقيد بجدول الأعمال الاجتماع، بندا بندا. - تحريك النقاش قدما إلى الأمام. - حفز وشجع النقاش مع ضبط من تكلم كثيرا، - تشجيع كل فرد على المشاركة. - تفهم أدوار المشاركين. - اضبط الوقت. - تلخيص ما هو ضروري. اذكر الاستنتاجات الرئيسية وخطة العمل.</p> | <p>- الإعداد والتحضير الشخصي: أنجز واجباتك، إجمع المعلومات، دقق بياناتك، أكد على استنتاجاتك...الخ. - التزام جدول الأعمال - شارك بهدف تقديم مساهمة - لا تتحدث كثيرا، - تذكر وأنت تشارك في الاجتماع والنقاش، أن هنالك آخرين يحضرون الاجتماع ويريدون المشاركة.</p> |

| الدور | الوصف |
|----------------|---|
| المنظم | - يعطي اقتراحات بشأن إجراءات الاجتماع، ويعيد توجيهه نحو القضايا الرئيسية الجوهرية. |
| الموضح | - تحديد نقاط سوء الفهم، محاولة توضيح تعابير غير واضحة وأفكار غامضة. |
| المستفسر | - يرغب في ملء فجوات معرفية لديك أولدى الآخرين |
| مقدم حقائق | - إضافة معلومات قيمة وصحيحة وموثوقة للنقاش. |
| منشط | - السعي لإبقاء الأفراد المشاركين لديهم الحماس والاهتمام والدافعية لمواصلة النقاش. |
| المفكر | - تقديم أفكار جديدة غير مألوفة وإبداعية. |
| الناقد | - يتحدى الأفكار والمساهمات المقدمة من حيث صحتها وواقعيتها، ولكن بطريقة بارعة ولبقة، |
| الموفق | - يسعى للتوصل إلى حل وسط، إيجاد تسوية/ مقايضة حينما تصل الأمور إلى نهاية مسدودة |
| مساعدة الآخرين | - يشجع ويدعو المشاركين الصامتين للانضمام إلى الجماعة والمشاركة |



المحاضرة الثالثة عشر: الاتصالات الشفهية الفعال (الاتصال غير اللفظي / لغة الجسد)

| | |
|--|--|
| <p>يتمثل الاتصال غير اللفظي في أية رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة او المكتوبة، وتتضمن عوامل أخرى مثل المظهر، المسافة، المواقع، المكان... يسمح الاتصال غير اللفظي ب:</p> <ul style="list-style-type: none"> • نعرف متى ننهي المحادثة • نعرف ما إذا كان الشخص الآخر قد وصله المعنى الذي نتكلم عنه أم لا • نحدد مستوى الموافقة التي حصلنا عليها • نلاحظ الدرجة التي لمسنا بها الدافع الحقيقي للشخص الذي نتحدث إليه. • نعرف اللحظة التي حققنا فيها الاتصال، والبدية الحقيقية لعلاقتنا. • تحديد الوقت الذي نجحنا فيه في تحقيق التقارب مع شخص ما. • نعرف التغيير الذي حدث في طريقة تفكير شخص ما • معرفة نوعية النظام التعبيري الأنسب لكي نوصل فكرة معينة إلى الآخرين. <p style="text-align: center;">(أختبار)</p> <p>نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذي نتعامل معه.</p> | <p>مفهوم الاتصال غير اللفظي</p> |
| <p>أ- اللغة المساعدة ب- الحركات الجسمية ت- المسافة الشخصية</p> | <p>أنواع الاتصال غير اللفظي</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • الاتصال اللفظي يلعب دورا كبيرا في تحقيق الاهداف الاتصالية • عدم الانسجام بين اللفظي وغير اللفظي يؤدي الى تناقض المعاني • ترجمة الاتصال غير الفظي احيانا ليست سهلة لاختلاف الثقافات • لغة الجسم يهتم بها علم يسمى ب Kinescis • الاتصال غير اللفظي قديم قدم الانسان، الاهتمام به في الكتابات بدا من النصف الثاني للقرن السابق • اللغة العالمية رقم 1 هي لغة الجسم • النساء اكثر ادراك لمعاني لغة الجسم من الرجال | <p>خصائص الاتصال غير اللفظي</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • مستوى ونغمة الصوت. • الإيماءات والإشارات. • وضعية وحركات الجسم • المسافات • المظهر • الابتسامة والضحك • التنهدات والتأوهات | <p>فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي</p> |
| <p>- احرص على استمرار التقاء العينين مع من تتحدث إليه أو تصغي إليه، وواصل تحريك العينين. - هز رأسك من حين لآخر لإعطاء الموافقة. (أختبار) - ابتسم وحافظ على حيويتك وتأهبك. - الميل إلى الأمام نحو المتحدث. لكن تجنب الآتي: - النظر بعيدا، أو تحريك العينين بعيدا عن المتحدث. - إغماض العينين. - استخدام نبرة صوت غير سارة. - التأؤب باستمرار.</p> | <p>تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي (أختبار)</p> |

(مناقشة) لماذا ينصح بالتحكم في لغة الجسد وما دورها في المنظمة؟
تكمن في أن عملية الإدراك تتأثر بمجموعة كبيرة من العوامل التي تلعب دوراً هاماً في الطريقة التي يتم بها تحليل وتفسير وفهم المثيرات ثم تحديد رد الفعل المناسب.

| | |
|---|---|
| فى حالة الشغف والأثارة تجد ان حدقة العين مفتوحة (أختبار) |  |
| استعمال وسيلة الابضاء تشد انتباه الطرف الآخر او استعمال القلم والاشارة به اثناء الشرح القلم لتشير به على الكلام المكتوب ثم ترفعه بين عينيك و عينيه مع ابراز كف اليد الأخرى بذلك تحظى بتركيزه كلياً |  |
| الحك بالأصبع تحت العين يستخدمها الشخص المتحدث بالكذب حتى لا ينظر في عين الشخص الذي أمامه |  |
| بسط اليد بهذه الطريقة يدل على أن المتكلم يتكلم بوضوح و صدق وبأمانة |  |
| عندما تقابل شخص وتسلم عليه وكفك إلي أسفل يدل ذلك أنك أنت المسيطر علي الأحداث القادمة. |  |
| المصافحة المزدوجة بكلتا اليدين الهدف منها هو الأعلان عن ما فى داخل الإنسان من حب وصدق و طمأنينة. وفى ذلك عاملين أساسيين الأول: استخدام المصافح لليد اليسرى للتعبير عن شعوره وحسب عمق هذا الشعور يكون مكان وضع اليد اليسرى . الأمسك بالكوع اعرق فى التعبير من الأمسك بالمعصم ، والأمسك بالكتف أعرق من الأمسك بالساعد. التقرب من منطقة الطرف الآخر له معنى آخر. |  |
| عند وضع الأصابع في الفم يدل ذلك على أن هذا الشخص تحت ضغط نفسي كبير ويحتاج الى المساندة فهو بهذا التصرف يرجع لحالة الطفولة ويضع أبهامه في فمه كالطفل الذي يحتاج أن يشعر بوجود أمه بجواره |  |



المحاضرة الرابعة عشر: الاتصالات الهاتفية والقاء الخطاب

| | |
|----------------------|--|
| مقدمة | <ul style="list-style-type: none"> • يعتبر إلقاء خطاب أمام عدد كبير من الناس • من أكثر أنواع الاتصال الشفهي صعوبة، • وأقلها انتشاراً، • معظمنا يتخوف من القاء خطاب عام، • لا نشعر بالارتياح للتحدث أمام الآخرين، • مثل هذا التردد والتخوف يمكن التغلب عليهما، • تحسين مهاراتنا الخطابية بواسطة تعلم وتطبيق نهج منظم في عملية الخطابات العامة. |
| تعريف | <p>هو الموقف الذي يتحدث فيه الشخص مع مجموعة من الأفراد:</p> <p>في مؤتمر عام أو في ورشة، أو... في مناسبات اجتماعية مختلفة، أو... في محاضرة أو درس أو خطبة أو... في خطاب سياسي، في كلمات مجاملة تتكلم أمام أناس: تعرفهم أو لا تعرفهم، أقل منك في الدرجة العلمية أو أعلى من نفس جنسك أو يختلفون... المهم في ذلك أن الحضور سيكون هو من يقيمك في نهاية الأمر</p> |
| التحديات | <ul style="list-style-type: none"> • سوف أصبح أضحوكة • لم أحضر لهذا الموضوع • أنا خجول ولا أستطيع الكلام • لدي لهجة غريبة ولا • يمكنني التحدث أمام الناس • الجمهور متقف ولا يمكنني • الوقوف متحدثاً أمامهم • أرتجف ولا أستطيع الكلام • سوف أنسى ما أريد ان أقول • ضاعت مني الورقة • أخاف من تقييم الناس لي • أخاف أن فشل |
| التخطيط | <ul style="list-style-type: none"> • اختيار الموضوع • حدد الغرض / الهدف من الخطاب / العرض • تحليل جمهور المستمعين • البحث حول الموضوع |
| تنظيم الخطاب / العرض | <p>قرر طريقة العرض /التقديم:</p> <ul style="list-style-type: none"> • الارتجال • الاستظهار • القراءة <p>الاستعانة بالوسائل المرئية: أثناء التمرين/ التدريب اسأل نفسك ما يأتي:</p> <ul style="list-style-type: none"> • هل يستطيع الناس سماع ما أقول؟ (جهازة الصوت). • هل أقوم بتعديل/ تغيير مستوى صوتي وأنا أتحدث؟ (نغمة/ طبقة الصوت). • هل أنطق/ أقول الكلمات بشكل صحيح؟ (طريقة التلفظ). • هل يستطيع المستمعون فهم كلماتي؟ (النطق)ز • هل استخدم القواعد الصحيحة؟ • هل استعمل عادات خطابية مزعجة؟ |
| اخطاء الالقاء | <p style="text-align: center;">عدم وضوح الهدف السكون</p> |



| الاسهاب الموضوع غير مناسب انعدام التنظيم الفتور فى الالقاء | غياب المشوقات الزى المقزز اغماض العينين أو تسكينهم | إرشادات إلقاء الخطاب |
|--|--|-------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • أظهر الصدق فيما تقول والحماس واحتفظ بحيويتك. • كن واثقا بنفسك، كما تتق في جمهور المستمعين. • نظم الخطاب بما يقود أفكار المستمعين بشكل منطقي نحو الخاتمة. • ركز أفكارك على الرسالة والاستجابة التي ترغب ها بدلا من التركيز على نفسك. • استخدم لغة تتناسب وتتوافق مع الجمهور المستمع. • تحدث بشكل صحيح، وواضح وسلس مستخدما الأصول والمعايير القواعدية والترقيم • أعرض فكرة واحدة في الوقت الواحد أحصل على تغذية راجعة بشأن كل فكرة. • استخدم لغة الجسم لتحقيق أفضل المنافع. • كن هادئا وطبيعيا. • نوع في نبرات/ طبقات الصوت، وسرعة الإلقاء، وبدل في جهازة صوتكز • انظر إلى المستمعين (التقاء العينين) وتحدث مباشرة إليهم. • التزم الثبات، وتجنب المغالاة في الحركة ومؤشرات العصبية. • أعرض الوسائل المرئية باعتبارها جزءا من الخطاب. • حافظ على مزاجك وهذوئك، حتى لو واجهت أسئلة أو ملاحظات عدائية. • حافظ على وقفة/ جلسة مناسبة. • حلل ردود أفعال المستمعين أثناء الخطاب • استمتع: تقديم الأفكار للآخرين يمكن أن يكون متعة وتجربة دينام | | |

الاتصالات الهاتفية:

| المقدمة | مشكلات الهاتف | نوعية سارة من الصوت / الغاظ منتقاة | تطوير فنون اللباقة والكياسة |
|---|---|---|--|
| <p>إن استعمال الهاتف وإتقان فنون الاتصال الهاتفي أصبحت ضرورية لرجال الأعمال لسببين رئيسيين وهما:</p> <ul style="list-style-type: none"> • الوقت الذي يهدر ويضيع في المكالمات الهاتفية هو غال جدا، • أن الهاتف يمكن أن يحمل، ويوصل انطبعاا بصورة ذهنية سلبية عن المنظمة. | <ul style="list-style-type: none"> • محاولة الحصول على خط. • إبقاؤك / تركك على الخط. • الشخص الذي تريده غير موجود. • تحويلك من شخص لآخر أو من دائرة لآخرى • الرقم خطأ أو الرقم مشغول. • الشخص الذي طلبك لديه وقت للدردشة بينما أنت مشغول • فقدان بعض الكلمات • سماع خاطئ للكلمات • عدم فهم الرسالة، فهم الرسالة بصورة خاطئة. | <ul style="list-style-type: none"> • تحدث وكأنك تحدث الشخص الآخر وجها لوجه. • أظهر الدفء، المودة والسرور، اجعل صوتك مبتسما. • اصقل نبرة ولهجة طبيعية من خلال الابتسامة والإيماءة. • بين أنك متأهب وبقظ ومهتم. • اجحل صوتك معتدلا وعاديا وتجنب التحدث بصوت خافت جدا، أو بصوت عال جدا. • غير/ عدل في طبقات الصوت بشكل جيد. • الفظ الكلمة جيدا. • انطق الكلمات بصورة واضحة تماما. لا تتمتم: اجعل كلماتك وعبارتك واضحة تماما. • اجعل سرعة التحدث مناسبة جدا، وتجنب الكلام بسرعة. • استخدم الكلمات والعبارات المناسبة، وتجنب الكلمات والعبارات العامية، والفنية المعقدة، | <ul style="list-style-type: none"> • حينما تتصل هاتفيا، عرف عن نفسك وحدد الشخص المطلوب و اشرح هدفك • حينما تستقبل مكالمة هاتفية، عرف عن منظمتك، ومن ثم أعرض المساعدة. (اختبار) |
| مع تحيات أنور جنبي | ملخص للمادة ولا يعني عن الكتاب و المحتوى | | Page 35 of 36 |



| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • اعتبر كل مكالمة هاتفية مكالمة هامة و أحب فورا. • أظهر الاهتمام واللباقة: كن ودودا، مبهجا، وتحترم الشخص المتحدث • أكمل المكالمة فورا ومن غير اللائق أن تبقي المتحدث ينتظر على الهاتف. • إنه/ اختم المكالمة بإيجابية وبشكل مناسب: "أشكرك على مكالمتك" " أرجو الاتصال مرة أخرى إن احتجت لمعلومات إضافية عن منتجاتنا/ خدماتنا". • إذا وجدت من الضروري إبقاء المتحدث المتحدث ينتظر على الهاتف لبعض الوقت، اسأله ذلك إن كان لا يمانع • دع الشخص الذي طلبك هاتفيا أن يغلق الهاتف أولا. | |
| <ul style="list-style-type: none"> • حدد الغرض من المكالمة الهاتفية بشكل واضح. • دون مسبقا الملاحظات حول الحقائق، والنقاط والسئلة الرئيسة التي تود الاستيضاح عنها • ضع الملاحظات بتتابع منطقي سليم • جهز وأعد أي ملفات ومراسلات وعقود...الخ يمكن أن تحتاجها أثناء الحديث الهاتفي. • كن واعيا للتكاليف – لا تضيع وقتك ووقت المستقبل. • اختر الوقت المناسب والأقل تكلفة لإجراء مكالمتك الهاتفية. • ليكن لديك رقم الهاتف، واسم ووظيفة الشخص الذي ترغب التحدث معه. • جهز ملاحظاتك، وليكن بجانبك دفتر ملاحظاتك لتدوين الضروري منها أثناء المكالمة. • تذكر النقاط الآتية أثناء إجراء المكالمة. • تأكد أنك قد طلبت الرقم الصحيح، أو أعط الرقم الصحيح لعامل المقسم / السكرتيرة. | <p>إجراء مكالمة هاتفية</p> |
| <p>احتفظ دائما بدفتر ملاحظات وقلم بجانب الهاتف و بدليل هواتف داخلي بجانب الهاتف.</p> <p>إن كنت تعمل في مكان مفتوح، اطلب من الآخرين التزام الهدوء.</p> <p>عرف عن نفسك ووظيفتك ودائرتك و رحب بالمتحدث.</p> <p>أصغ جيدا ودقق أي حقائق وأرقام والإملاء حينما كان ضروريا</p> <p>سجل الملاحظات.</p> <p>استخدم من العبارات ما يؤكد للمتحدث أنك على الخط، مثل "نعم" "صحيح"...</p> <p>لاتسمح لنفسك بالشروء.</p> <p>كن واعيا للتكاليف – لا تترك المتحدث معلقا ينتظر لوقت طويل.</p> <p>دائما دقق الأرقام، الأفكار، والتواريخ وأكد على أي إجراء تم الاتفاق عليه</p> <p>وبعد الانتهاء من المكالمة من الضروري أن تراجع وتسجل وتتخذ أي إجراء ضروري.</p> | <p>استقبال مكالمة هاتفية</p> |
| <p>اسم الشخص الذي وجهت إليه الرسالة.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ تاريخ المكالمة ووقتها بمنتهى الدقة. ▪ اسم الشخص/ الجهة المرسله (التي اتصلت هاتفيا). ▪ اسم الشركة، المنظمة او الجماعة التي ينتسب إليها المرسل. ▪ رقم هاتف الشخص المرسل ورقمه الفرعي. ▪ طلب المرسل الاتصال معه. ▪ الرسالة التي أبلغها المرسل. ▪ اسم (الأحرف الأولى من إسم) الشخص الذي استلم الرسالة | <p>تسجيل المكالمات الهاتفية</p> |