



مهارات الإتصال الإقناعى الفعال

بتاريخ	اماكن الإنعقاد	الرسوم (\$)	احجز مقعدك
١٤ ديسمبر - ١٨ ديسمبر ٢٠٢٥	اسطنبول	٣١٥٠	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 - مزايها - عيوبها).
- التكامل بين قنوات الإتصال الإقناعى الجهايرية والشخصية .
- الخطوات الأساسية للإتصال الإقناعى : التعرض للوسيلة
- التعرض للمحتوى
- دراسة المحتوى
- فهم المحتوى .
- التصديق
- الإستجابة
- ملاحظات هامة على خطوات الإتصال الإقناعى .
- مراحل تخطيط برنامج نهوذى للإتصال الإقناعى : - جمع المعلومات اللازمة وتحليلها -
- تحديد الأهداف الإتصالية مواصفات القائمين بالإتصال
- الإقناعية .
- تحديد مزيج الإتصال الإقناعى :
- إختلاف المقدرة الإقناعية للرسائل
- الإقناعى الفعال
- مضمون الرسائل الإتصالية الإتصالية
- فئات الجمهور المستهدف : -
- صعوبة دراسة جمهور وسائل الإتصال
- دراسة تأثير الإتصال الإقناعى ورجع
- الخصائص الأولية لأنواع الجهاير المختلفة .
- الصدى .
- الصعوبات التى تواجه عمليات الإتصال الإقناعى :
- عدم وجود مجال للخبرة المشتركة بين القائم بالإتصال والجمهور
- غياب رجع الصدى .
- القيود الخارجية المؤثرة على إمكانية الإتصال الإقناعى الفعال
- القيود الداخلية المؤثرة على إمكانية الإتصال الإقناعى الفعال
- عيوب أساسية فى المزيج المثالى للإتصال الإقناعى .
- أساليب الإقناع الفعالة المستخدمة فى الرسائل الإتصالية :
- تحديد الهداخل أو البدايات
- وضوح الأهداف مقابل إستنتاجها ذهنياً
- تقديم الرسالة لأدلة وشواهد .



- عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين
- ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة .
- استخدام الإتجاهات الموجودة لدى الجمهور
- تأثير رأى الأغلبية
- تأثير تراكم التعرض والتكرار . الخلاصة والنتائج
- لغة الرسالة وأسلوبها
- الهجوم الجانبي والهجوم المباشر
- التلوين
- الإنسيابية .
- الاستهالات المستخدمة فى الرسائل الإقناعية :
- الإستهالات العاطفية
- الإستهالات العقلانية
- إستهالات التخويف
- إستهالات إستثارة التوقعات الإجتماعية
- إستهالات إعادة تشكيل المعرفة .
- أسس زيادة فاعلية المواد الإعلامية المستخدمة فى الحملات الإتصالية الإقناعية
- عوامل زيادة فاعلية المواد الإتصالية المطبوعة - عوامل زيادة فاعلية المواد السمعية والمرئية

أساليب التدريب:

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

