



مهارات الإتصال الإقناعى الفعال

| بتاريخ | اماكن الإنعقاد | الرسوم (\$) | احجز مقعدك |
|------------------|----------------|-------------|--------------------------|
| ١١ ديسمبر - ٢٠٢٥ | دبي | ٢٩٠٠ | 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 :

- مفهوم الإتصال الإقناعى
- العناصر المكونة للإتصال الإقناعى (قنوات الإتصال الإقناعى - مزاياها - عيوبها).
- التكامل 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 وواصفات القانونين 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 الجماهير المختلفة .
- الصدى .
- الصعوبات التى تواجه عهليات 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 الهادى 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 المسهوعة والهرنية

أساليب التدريب:

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

00201126467555 

info@bptcenter.com 

www.bptcenter.com 