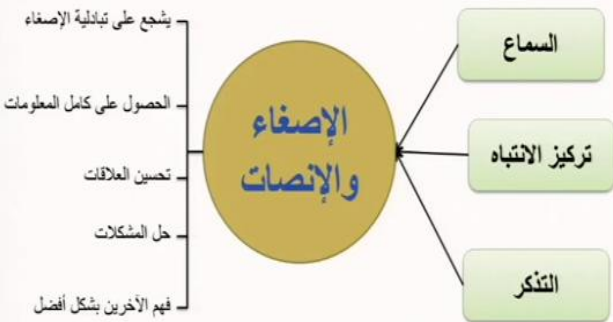


ملخص مهارات الاتصال
بديك د: معتمد حسين ايو زيد

اعداد الطالبة: ايو ووت

نسألكم خالص الدعاء

مبررات/ فوائد الإصغاء الجيد



✍ إختيار وسيلة الإتصال المناسبة

يتوقف إختيار وسيلة الإتصال على :

- ١- الغرض من الإتصال .
- ٢- موضوع الإتصال .
- ٣- طبيعة مستقبل الرسالة .
- ٤- الوقت المناسب لإستقبال الرسالة
- ٥- مدى انتشار مستقبلي الرسالة
- ٦- تكلفة الإتصال

تحسين فاعلية الإتصال

المرسل

- وضوح وشمولية الرسالة وترابط معلوماتها
تبريز وترجمة الفكرة الذهنية الى رسالة واضحة سهلة الفهم
والإستيعاب
اختيار وسيلة الإتصال المناسبة
اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة
الصدق والنزاهة

دور المستقبل

- ١- الإنصات التام لمحتوى الرسالة
- ٢- التفهم لمشاعر المرسل
- ٣- تحليل وتفسير الرسالة بشكل صحيح وسليم
- ٤- الانتباه اتجاه الإشارات غير اللفظية التي تبدي من المرسل

العناصر الأخرى في عملية الإتصال

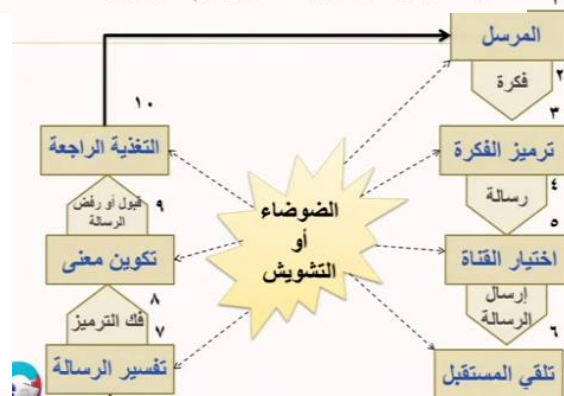
أ- الترميز : تتضمن الرموز تحقيق الإتصال الفعال ، إضافة لعدم الإنحراف في المعنى ، ولوصول المعلومات للطرف الآخر بشكل

صحیح

ب- قناة الإتصال : وهى الوسيلة التى يتم عبرها بث الرسالة ،مثل التلفاز والتليفون والجريدة

ج- فك الترميز : وهو تعبير عن الرموز والعبارات وإشارات القابلة للفهم المشترك بين طرفي العملية المرسل.

- الضوضاء : من الطبيعي أن نتعرض الرسالة مهما كان شكلها الى درجة معينة من التشويش ،أو التأثير السلبي على المسار المطلوب من عملية الإتصال المستهدف
- التغذية الراجعة : وهي تمثل مقياس لمستوى أداء العملية الاتصالية ومدى تحقيق التفاعل والفهم المتبادل .



أنواع الإتصالات

تقسم انواع الإتصالات وفقاً للتقسيم التالي :

- ١- حسب الموضوع : أ- عملياتية ب- شخصية
- ٢- حسب فناة الإتصال : أ- رسمية ب- غير رسمية
- ٣- حسب إتجاهات المسار : أ- نازلة ب- صاعدة ج- أفقية
- ٤- حسب الوسيلة : أ- لفظية ب- كتابية ج- شفاهية

لمحاضرة الثانية

مدخل إلى الإتصالات والمراسلات في منظمات الأعمال

عناصر المحاضرة

- تعريف الإتصال
- عملية الإتصال وعناصرها
- أنواع الإتصالات
- الإصغاء
- اختيار وسيلة الإتصال المناسبة
- معوقات الاتصال وسبل تحسين فاعليته

مقدمة:

• تعريف الإتصال :

• الإتصال هو :

- إرسال معلومات من طرف لآخر في المنظمة بما يؤدي إلى نتيجة معينة ، هي تغيير السلوك أو تغيير للممارسات .
- تبادل الفهم المشترك من خلال إستعمال الرموز
- الاتصال هو عملية نحاول من خلالها توصيل أفكارنا ، آرائنا ، رغباتنا ومشاعرنا للآخرين
- فن إرسال المعلومة من قبل المرسل بغرض إيصالها إلى عقل الطرف الآخر (المستقبل) وإحداث الإستجابة لديه . وقد تكون الاتصالات مكتوبة أو غير ذلك .

تعريف الإتصال في منظمات الأعمال

الإتصال في منظمات الأعمال هو "عملية إجتماعية تبادلية تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الإتصال والتأثير في تتضمن سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المنظمة"،

عملية الإتصال

عملية الإتصال في الأصل بين طرفين يطلق عليهما المرسل والمستقبل وهما العناصر الأساسية في عملية الإتصال، والغرض من العملية نقل فكرة أو معلومة ، ويمكن توضيح ماسبق ذكره على النحو التالي :

- أ- المرسل : ويتمثل في الجهة التي تستهدف إيصال فكرة أو معلومة أو منتج ما إلى جمهور مستهدف في السوق .
- ب- المستقبل : وهو المستلم أو المستهدف من عملية الإتصال
- ج- الرسالة : وتتمثل في محتوى عملية الإتصال .

ولتحقيق خاصية الاعتبار/ التقدير في الرسالة يراعى الاسترشاد
بالأمر التالية:

- قم بالرد على أي رسالة فوراً دون تأخير.
- اقنع القارئ بأنك حقاً مهتم به وبمصالحه.
- عامل الذكور والإناث سواسية، واستخدم ضمائر الجمع التي تشير إلى الجنسين.
- استخدم كلمات حيادية تنطبق على الرجال والنساء.
- اكتب اسم الشخص بصورة صحيحة كما يكتبه.

استخدم الألقاب العلمية والوظيفية الصحيحة للمرسلين في الرسائل.

٣- التأكيد على الإيجابيات: من خلال إظهار الثقة فيما تتضمنه الرسالة، وتوقع النجاح بدلاً من الإخفاق.

ومن الطرق المستخدمة في التأكيد على معلومة معينة:

- التأكيد بواسطة موقع الكلمات في بداية ونهاية الرسالة.
- المساحة الأكبر للموضوع المرغوب التأكيد عليه.
- استخدام بنية قصيرة وبسيطة للجمل.
- استخدام الوسائل الفنية للتأكيد على معلومة معينة، مثل وضع خط تحتها، استخدام لون مغاير، ...

٦- الدقة/ الصحة: من خلال إيصال معلومات صحيحة، وتجنب المبالغة والمغالاة والتعميم، ناهيك عن اللغة السليمة المناسبة للرسالة (الاتقان التام في كتابة الرسالة).

٧- الكمال/ الشمول: وذلك في حالة استيفاء المتطلبات التالية:

✓ أن تتضمن الرسالة جميع الحقائق والمعلومات التي يحتاجها القارئ.

✓ تقديم أي معلومات إضافية يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على القارئ.

مقومات/ خصائص الرسالة الفعالة

3- الإيجاز: الذي يشير إلى تحويل الفكرة الذهنية إلى رسالة بأقل عدد من الكلمات دون التناقض مع وجوب الكمال، ولبلوغ ذلك ينبغي مراعاة الأمور التالية:

- ذكر الحقائق الهامة فقط.
- المباشرة في الطرح.
- تجنب التكرار غير الضروري.

4- الواقعية/ مخاطبة الحواس: فالرسالة يجب أن تكون واقعية ومحسوسة على مستويين، هما:

- على مستوى المعلومات التي تتضمنها الرسالة: (عرض المعلومات بشكل مباشر، ومحدد، وصریح، ولبق.
- على مستوى الأسلوب: استخدام أسماء ملموسة، استخدام أفعال دالة على إجراءات، استخدام صيغة المبني للمعلوم، وإضافة النعوت/ الظروف المكملة...

٥- سواء السمعة الحسنة: من خلال الوسائل التالية:

٥- الكتابة من وجهة نظر المرسل إليه (القارئ):

مقومات/ خصائص الرسالة الفعالة

لتحقيق اللباقة والحياسة يجب مراعاة الإشارات التالية:

- أكتب بأسلوب ودي، واستخدم أسلوب المحادثة.
- استخدم عبارات المودة والمجاملة (من فضلك، لو سمحت، شكرًا، ...)
- عبّر عن اهتمامك واحترامك للقارئ.
- أكتب بشكل مباشر للقارئ المعني بحسب كل حالة.
- تجنب إظهار الغضب.

٦- كن صادقاً: يجب أن تُقنع القارئ بأنك تعني ما تقول، وأن وراعي هذه اللباقة والحياسة نوايا حسنة.

المحاضرة الثانية

أسس كتابة الرسائل الناجحة

عناصر المحاضرة

- مقدمة.
- خصائص الرسائل الفعالة.
- اختيار الكلمات بحكمة ودقة.
- تسهيل وصول وقراءة الرسالة.
- الأسلوب سهل القراءة.

مقدمة

يناقش هذا الفصل أسس ومبادئ كتابة رسائل الأعمال الناجحة، قصد تحقيق الأهداف المرجوة. وتركز هذه المبادئ والأسس على ثلاثة مجالات رئيسية، هي:

- مقومات/ خصائص الرسالة الناجحة؛
- اختيار الكلمات بحكمة ودقة لجعل الرسالة سهلة الفهم؛
- استخدام الأسلوب سهل القراءة.

مقومات/ خصائص الرسالة الفعالة

1- الوضوح: ويمكن بلوغ ذلك عبر مراعاة الأمور التالية:

- استخدام كلمات بسيطة ومألوفة ودقيقة.
- استخدام جمل وفقرات قصيرة.

2- تماسك وترابط الرسالة: وذلك من خلال:

- البنية اللغوية المتوازنة.
- استخدام كلمات الوصل للربط بين الأفكار والجمل بصورة سليمة.

3- استخدام عناوين للأفكار الرئيسية:

4- اعداد خطوط عريضة بالأفكار الهامة:

الاسلوب سهل القراءة

- يشمل أسلوب الكتابة عدة عناصر: التنظيم والترتيب، وبنية الجملة وطولها، وبنية الفقرة وطولها، واختيار الكلمات؛
- يشير الأسلوب إلى الطريقة التي يعرض من خلالها الكاتب أفكاره؛
- الأسلوب سهل القراءة يساعد القارئ على فهم ما كتب من خلال قراءة الرسالة مرة واحدة بتمعن، ولكن بسرعة؛
- يجب مراعاة أن رسائل الأعمال تستهدف الحصول على رد فعل واستجابة القارئ وليس على إعجابه بأسلوب القراءة؛

الاسلوب سهل القراءة

وحتى تكون الرسالة فعالة وناجحة، يجب أن تتلائم مع:

- الهدف من الرسالة والعوامل الموقفية؛
- طبيعة المستقبل.

اختيار الكلمات بحكمة ودقة

- نوعية الكلمات المختارة:** واقعية، محددة، بسيطة، مبنية للمعلوم، ايجابية، قصيرة، محدثة، مألوفة، مباشرة...
- التوفيق بين صيغة المبني للمعلوم والمجهول.**
- الميل نحو الإثبات أكثر من النفي:** (إخبار القارئ ما نستطيع فعله، لا ما لا نستطيع فعله).
- الموازنة بين الإسهاب والإيجاز.**
- تفضيل الكلمات المألوفة.**

تسهيل وصول وقراءة الرسالة

- 1- موضوع الرسالة:** صياغته بشكل واضح وذو معنى ومشوق.
- 2- بداية الرسالة:** واضحة وهادفة ومباشرة، تحدد الموضوع والغرض.
- 3- وضع الاستنتاجات في بداية الرسالة أو نهايتها:** حسب اهتمامات القارئ، وموقفه من مصداقية المرسل.
- 4- نهاية الرسالة:** وهي لا تقل أهمية عن بداية الرسالة. ومع إكمال الرسالة ينبغي أن تكون قد أكملت الموضوع الذي تناولته الرسالة، وأن تترك لدى القارئ انطباعاً إيجابياً قوياً عنك وعن منظمك، ويمكنك إنهاء الرسالة بأي مما يأتي:

جامعة الملك فيصل
شعبة التعليم الإلكتروني والشبكات عن بعد
Department of E-Learning and Distance Education

تسهيل وصول وقراءة الرسالة

- ويمكنك إنهاء الرسالة بأي مما يأتي:
- تكرار النقاط الرئيسية في الرسالة.
- ذكر النتائج المرغوبة.
- اقتراح ما يجب فعله.
- اقتراح الخطوات التالية.

- 7- الكمال/ الشمول:** وذلك في حالة استيفاء المتطلبات التالية:
- ✓ أن تتضمن الرسالة جميع الحقائق والمعلومات التي يحتاجها القارئ.
- ✓ تقديم أي معلومات إضافية يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على القارئ.
- ✓ تتضمن الرسالة أجوبة لجميع التساؤلات التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ.
- ✓ أن تتضمن الرسالة أي معلومات تسهم في بناء السمعة الحسنة لدى القارئ.

الرسالة الكاملة: (تحقق النتائج المرغوبة دون تحمل تكاليف إضافية لاستكمال النقص في رسائل لاحقة، بناء انطباع حسن لدى القارئ حول مصدر الرسالة، توفير نفقات كثيرة إذا ما قام المستلم بعمل خاطئ نتيجة النقص في المعلومة، ...).

اختيار الكلمات بحكمة ودقة

إن المعنى الحقيقي لما نكتبه ليس في الكلمات نفسها، وإنما في عقل الكاتب، ولتحقيق الاتصال الناجح، يجب أن تمثل كلمات الرسالة نفس الشيء والمعنى في عقل كل من المرسل والمستقبل، وهي مهمة صعبة لتفاوت الإدراك بين الأفراد.

اختيار الكلمات بحكمة ودقة

ولأجل تقليص احتمالات سوء الاتصال، فيما يتعلق بكتابة الرسائل، وجب الأخذ في الاعتبار جملة جوانب، من أهمها:

- مبدأ التكيف:** أي اختيار الكلمات الملائمة للقارئ وفقاً لشخصيته وخلفيته العلمية...؛
- مراعاة أهداف الرسالة:** الهدف الرئيس للرسالة (إعلام، شرح، تغيير ...)، والهدف الثانوي المتعلق بالعلاقات العامة (السمعة الجيدة، والنية الحسنة)، بمعنى أن نبذة الرسالة صادقة وواقعية ولبقة لتنال ثقة القارئ؛

- مقدمة
- تخطيط الرسالة
- جمع المعلومات
- تحليل وتنظيم المعلومات
- صياغة مسودة الرسالة
- مراجعة الرسالة وتنقيحها
- تدقيق تحرير الرسالة
- تقييم الاستجابة/ التغذية الراجعة

مقدمة

تعد مراسلات الأعمال من أكثر الطرق شيوعاً للاحتكاك والاتصال بمنظمات الأعمال من قبل فئات مختلفة من الناس (عملاء، موردون، مساهمون، اتحادات نقابية، هيئات حكومية مختلفة...).

وكما استجابت الرسالة للمعايير المطلوبة كلما أدت مهمتها بنجاح، وإلا كانت لها انعكاساتها السلبية على الجهد والوقت والتكلفة والسمعة الطيبة.

علماً أن كتابة رسائل الأعمال الناجحة ليست بالشأن السهل، وإنما وجب الالتزام فيها بخطوات عملية محددة.

١- تخطيط الرسالة

تعتبر هذه المرحلة (أولى خطوات كتابة الرسالة) والتي تسمى أيضاً مرحلة ما قبل الكتابة، ويتحدد من خلالها جملة جوانب، هي:

- **تحديد الهدف من الرسالة:** (لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ما الذي نأمل تحقيقه؟)...

مثلاً إقناع القارئ بشراء سلعة ما، أو قبول سياسة ما، كهدف رئيس دون إهمال الهدف الثانوي المتمثل في بناء سمعة المنظمة؛

- **تحليل القارئ:** وفقاً لمبدأ التكيف، من خلال الأسئلة التالية:

من هو بالتحديد؟ ما هي خلفيته؟ معرفته بموضوع الرسالة، توقع رد فعله، توقعاته، ...؛

- **تحليل الموقف:** الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ (أي العوامل الظرفية كالظروف الاقتصادية في البلاد، توقيت الرسالة، ...؛

- **تحديد وتقرير الأفكار التي تتضمنها الرسالة** استناداً لذلك

٢- جمع المعلومات

جمع ما يلزم من حقائق وأرقام وإثباتات وأدلة بالاستعانة إما:

□ **بالمصادر الثانوية** ممثلة مثلاً في:

- المراسلات السابقة،
- العقود والإتفاقيات،
- الكتيبات والنشرات،
- التقارير ...؛

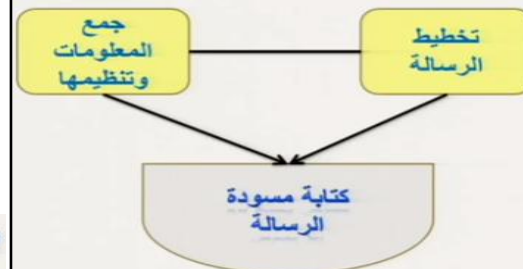
□ **أو بالمصادر الأولية:** إجراء الاستبيانات (استطلاع ميداني لاتجاهات السوق مثلاً)، أو المقابلات إن لزم الأمر.

٣- تحليل وتنظيم المعلومات

يتطلب تنظم المعلومات :

- دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها (إيجابية، سلبية، حيادية)
- معرفة الإثباتات والأدلة التي تتضمنها
- تحديد الأفكار المحورية المساندة

٤- الصياغة الأولية للرسالة/ المسودة



٥- مراجعة الرسالة وتنقيحها

ضماناً لفاعلية الرسالة وبلوغ أهدافها على النحو المرغوب، وجب مراجعتها والتأكد من مضمونها وجوانبها الشكلية المختلفة وفقاً للجوانب التالية:

- من حيث المضمون والوضوح؛
- من حيث التنظيم والتنسيق؛
- من حيث الأسلوب ونبرة الكتابة.

١- من حيث المضمون والوضوح:

- هل الأهداف واضحة؟
- هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟
- هل الجمل واضحة؟
- هل الكلمات مناسبة؟
- هل تم قول المقصود بالضبط؟
- هل المقدمة مقنعة؟
- أن لا تحتل الرسالة تأويلات أخرى؟

٢- من حيث التنظيم والتنسيق:

- هل تم اختيار خطة فاعلة؟
- هل صممت الرسالة على نحو يسهل قراءتها؟
- هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟
- هل تم وضع النقاط الإيجابية والسلبية في مكانها؟
- من حيث الأسلوب ونبرة الكتابة:

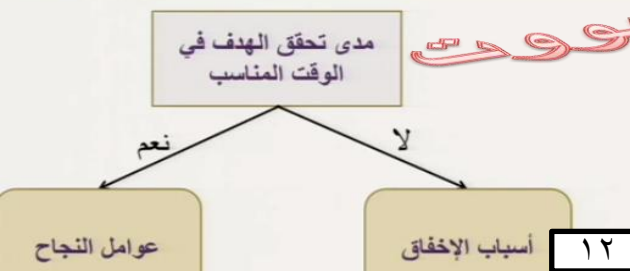
- هل الرسالة سهلة القراءة؟
- هل تبدو الرسالة ودية لبقة ومؤدبة؟
- هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟
- اقرأ رسالتك كما لو كنت المستقبل. ما هو شعورك كقارئ للرسالة؟

٦- تدقيق تحرير الرسالة

- بعد المراجعة والتعديل يجب إعادة الصياغة وكتابة الرسالة النهائية، ومن ثم القيام بتدقيق تحرير الرسالة لغوياً وكذا تدقيق الأسماء والعناوين والتواريخ والأرقام والصياغة والتنسيق ...

- وبصورة عامة يجب التأكد من أن الصياغة النهائية للرسالة ناجحة وفاعلة ومتكاملة من جميع الجوانب.

٧- تقييم الإستجابة/ التغذية الراجعة



المرجع:

رقم الرسالة.

كل منظمة لها طريقة معينة للترقيم

الترقيم يساعد على الارشفة

التاريخ: يكتب كاملاً

التحية الافتتاحية: عبارة ترحيبية رقيقة نحني بها القارئ. نختار العبارة التي تناسب مكانة المرسل

الموضوع: يطبع في وسط الصفحة

المعنى: يشمل المعلومات، البيانات، التحليل، المناقشة، الأدلة... يتفاوت الطول حسب الموضوع

الفقرة الأولى: مقدمة

الفقرة الثانية: صلب الموضوع

الفقرة الثالثة: ملخص الرسالة والتوصيات والاقتراحات والخطوات المقبلة

التحية الختامية:

عبارة رقيقة نختم بها الرسالة.

العبارة يتم اختيارها حسب مكانة المرسل اليه والعلاقة بينه وبين المرسل حسب مستوى الرسمية

التوقيع:

هو آخر جزء في الرسالة (الأجزاء الرئيسية)

عنوان الأجزاء الإضافية الإجزاء الثانوية

هذه الأجزاء اختيارية:

العناية: في حالة كون الشخص الذي يقرأ الرسالة غير المرسل اليه المذكور

الحروف الأولى: الحرف الأول من اسم الشخص والجرف الأول من اسم العائلة لكتاب أو طابع الرسالة

المرفقات: مثل الكتيبات، الكتلوجات، 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 اسفل الصفحة معلومات اضافية

ترويسة الصفحة الثانية: في حالة تعدد الصفحات يطبع في اعلى الصفحات ابتداء من الثانية: المرسل اليه، تاريخ الرسالة...

تصميم الرسالة

يقصد بالتصميم المظهر المادي للرسالة

الرسالة الناحجة تشمل الشكل والمحتوى

الهوامش

المسافات الفقرات

الورق المستخدم

تأكيد أجزاء الرسالة

تصميم الترويسة

التصميم قد يكون:

عمودي تماماً

شبه عمودي

شبه عمودي ذي فقرات متدرجة

المغلقات

يراعي في استعمال المغلقات:

استعمال مغلف جديد

طباعة اسم المرسل وعنوانه كاملاً

لا نستعمل الصمغ والمواد اللاصقة لإغلاق المغلف

قد تكون المغلقات:

المغلقات العادية

المغلقات ذات الشبك الشفاف

في محاضره المسجله

موضوعات خاصة في الادارة

١- ادارة الازمات

٢- الادارة بالازمات

٣- مبادئ التعامل مع الازمة

٤- استراتيجيات مواجهة الازمة

٥- المتطلبات الادارية للتعامل مع الازمات

٦- معوقات ادارة الازمات

٧- ملامح استراتيجية ادارة الازمات في المنظور الإسلامي

١- ادارة الازمات (Crisis Management)

هي مجموعة الاستعدادات والجهود الادارية التي تبذل لمواجهة أو الحد من الدمار المترتب على الازمة.

تتطلب ادرة الازمة من المديرين ضرورة التفكير فيما يمكن التفكير فيه، وتوقع ما لا يمكن توقعه.

ادارة الازمة هي ادارة العمليات اثناء حدوث الازمة الحقيقة مثل عمليات الاخلاء من الحرائق واغلاق المحلات او سحب المنتجات من السوق.

ادارة الازمة تعني الاعداد والتقدير المنظم للمشكلات الداخلية والخارجية التي تهدد بدرجة خطيرة سعة المنظمة وربحياتها أو بقائها في السوق.

هي قدرة المنظمة على التعامل بسرعة وكفاءة وفاعلية مع العمليات المتوقعة، هدفها تقليل المخاطر على صحة الإنسان وسلامته وأمنه، وعلى الملكيات العامة والملكيات الخاصة، أو منعها وتقليل الآثار السلبية على عمليات وأعمال المنظمة.

ادارة الازمة تعني القدرة على ادارة الشركة قبل واثاء وبعد الازمة ، مما يعني ضرورة وجود خطة وبرنامج ونظام مصمم مسبقاً.

ادارة الازمة نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن الإدارة من التنبؤ بآماكن واتجاهات الازمة المتوقعة، وتهيئة المناخ المناسب للتعامل معها، عن طريق اتخاذ التدابير للتحكم في الازمة المتوقعة والقضاء عليها أو تغيير مسارها لصالح المنظمة.

٢- الإدارة بالازمات (Management by Crisis)

تقوم على الفعل الازمات واجادها من عدم كوسيلة للتغطية والتويه على المشاكل القائمة التي تواجه الكيان الاداري، فسيان مشكلة ما يتم فقط عندما تحدث مشكلة اكبر واشد تأثيرا

تعتمد الإدارة بالازمات على صناعة الازمة، بصورة حقيقية أو بصورة مقنعة ويمكن ذلك من خلال التخطيط لخلق الازمة، ثم استثمارها، أو استثمار الفرص، التي يمكن أن تنتج من أزمة حقيقية، لتحقيق بعض الأهداف، التي كان يصعب تحقيقها، في الظروف العادية.

يطلق على الإدارة بالازمات علم صناعة الازمات للتحكم والسيطرة على الآخرين، وهو فن مستخدم يهدف الى السيطرة على الآخرين واخضاعهم وإبترازاهم ومن اهم مواصفاتها:

❖ الاعداد المبكر.

❖ تهيئة المسرح الازموي.

❖ توزيع الادوار على قوى صنع الازمة.

❖ اختيار التوقيت المناسب لتفجيرها.

❖ ايجاد المبرر والذريعة لهذا التفجير.

٣- مبادئ التعامل مع الازمة

١. توخي الهدف: على مدير الازمة توخي الهدف الذي كثيرا ما يكون غامضاً

٢. الاحتفاظ بحرية الحركة وعنصر المبادرة.

٣. المباغنة: التي تؤمن السيطرة على الازمة وشل حركة القوة الصانعة لها.

٤. الحشد وجمع القوة اللازمة لمعالجة الازمة.

٥. التعاون في معالجة الازمة.

٦. الاقتصاد في استخدام القوة.

٧. التفوق في السيطرة على الاحداث.

١. **استراتيجية الغف:** يتم استخدامها في حالة مواجهة أزمة مجهولة، مواجهة أزمة متعلقة بالقيم، وفي حالة الانتشار السريع.
٢. **استراتيجية وقف النمو:** تقوم على مبدأ قبول الأمر الواقع وبذل الجهد لمنع التدهور وضمان عدم الوصول إلى الانفجار، وتستخدم في حالة: المواجهة مع قوى كبيرة الحجم ومتشعبة، قضايها الرأي العام والجمهور، الاضرار بالسمعة.
٣. **استراتيجية التجزئة:** تقوم على التحليل الدقيق والشامل بهدف تجزئتها إلى أجزاء من خلال ضرب الروابط المجمع للآزمات، وتحويل العناصر المتحدة إلى عناصر متعارضة.
٤. **استراتيجية إجهاد الفكر والقيم والاتجاهات:** التي يقف وراء الأزمة من خلال التشكيك فيها والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة بها بشكل ضعيف.
٥. **استراتيجية تصعيد الأزمة:** من خلال دفع القوى المشاركة في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمة تظهر فيها الخلافات وتسرع بالصراع بينها.
٦. **استراتيجية تغيير مسار الأزمة:** تصلح مع الآزمات الجارية التي يصعب الوقوف امامها.

٥- المتطلبات الادارية للتعامل مع الآزمات

- ١- **تبسيط الإجراءات وتسهيلها:** لا يجوز إخضاع الأزمة للتعامل بنفس الإجراءات التقليدية، فالأزمة عادة ما تكون حادة وعنفية، فالأمر يتطلب التدخل السريع والحاسم من خلال تبسيط الإجراءات مما يساعد على التعامل مع الحدث الآزموي ومعالجته.
- ٢- **إخضاع التعامل مع الأزمة للمنهجية العلمية:** لا يمكن التعامل مع الأزمة في إطار من العشوائية الارتجالية أو سياسة الفعل ورد الفعل، بل يجب أن يخضع التعامل مع الأزمة للمنهج الإداري السليم لتأكيد عوامل النجاح، وحماية الكيان الإداري من أي تطورات ويقوم المنهج الإداري على أربع وظائف أساسية هي: التخطيط، التنظيم، التوجيه، المتابعة.
- ٣- **تقدير الموقف الآزموي:** يشمل تحليلاً كاملاً لأسباب الأزمة وتطورها، وتحديد دقيق وشامل للقوى الصاعدة للأزمة، والمساعدة لها، والمؤثرة فيها، ثم تقدير القدرات والإمكانات المتاحة لدى الجهة المسؤولة عن إدارة الأزمة، وذلك من خلال جمع المعلومات الدقيقة عن أبعاد الأزمة، والتنبؤ باحتمالات تطور الأحداث وإمكانية السيطرة عليها.

- ٣- **تحديد الأولويات:** بناءً على تقدير الموقف الحالي والمستقبلي لأحداث الأزمة، توضع الخطط والبدائل التي يتم ترتيبها في ضوء الأولويات التي تم تحديدها وفق معايير معينة.
- ٤- **تفويض السلطة:** يتطلب تفويض السلطات منح كل فرد من أفراد الفريق المناط به معالجة الأزمة السلطة الضرورية لتحقيق عمله المحدود، وفي الوقت ذاته على الفرد أن يعرف المهام والأنشطة التي يتوقع منه إنجازها.
- ٥- **فتح قنوات الاتصال والإبقاء عليها مع الطرف الآخر:** تحتاج إدارة الأزمة إلى كم مناسب من المعلومات، وإلى متابعة فورية لتدابير أحداث الأزمة، وسلوكيات أطرافها، ونتائج هذه السلوكيات، ومن ثم فإن فتح قنوات الاتصال مع الطرف الآخر يساعد على تحقيق هذا الهدف.
- ٦- **التواجد المستمر في مواقع الأحداث:** لا يمكن معالجة أزمة وهناك تعييب للمعلومات الخاصة بها لدى متخذ القرار، لذا فإن التواجد في مواقع الأحداث يأخذ أحد أسلوبين هما:

هناك عوامل عديدة تواجه فكر إدارة الأزمة ذاته منها:

- ✓ إدارة الآزمات مرفوضة وعامل شوم في نظر بعض القيادات التي تبدأ العمل بتقاؤل زائد.
- ✓ إدارة الآزمات لا ضرورة لها في الوقت الحاضر.
- ✓ نحن في بدء النشاط ولا نتوقع حدوث آزمات بالمعنى الذي يستدعي وجود إدارة للآزمات.
- ✓ حجم منشأتنا كليل بحجمنا من الآزمات.
- ✓ قيادات المنشأة من الكفاءات المشهود لها ولا نتوقع آزمات.
- ✓ لا بد أن نتعامل بالمستقبل.
- ✓ النشاط نجح فيه عديد من المنشآت قبلنا.
- ✓ نحن نمشي على خطا مؤسسات ناجحة عديدة.
- ✓ هناك من سيقفنا عند وقوع الأزمة، الحكومة مثلاً.
- ✓ موقعنا المختار سوف يحميننا من الأخطار.

الحوادث

- ✓ حتى الآن لم نتعرض لما يشكل أزمة فلماذا نتوقع الأسوأ؟
- ✓ وماذا تفعل إدارات الأمن والإنقاذ والمطافي وغيرها من الإدارات الحكومية.
- ✓ لا توجد أزمة طالما لم يقع أي نوع من أنواع الضرر.
- ✓ ما هي الأزمة التي يجب أن نستعد لها الآن؟ ربما يقع غير ها.
- ✓ الأزمة قدر من الله لا يمكن رده.
- ✓ إذا كانت الأزمة أكبر مما قدرنا واستعدنا... ماذا نفعل؟
- ✓ سوف تقع يعني سوف تقع.. إذا قدر لها ذلك - وحتى إذا استعدنا لها.
- ✓ الآزمات التي وقعت لمنشآت أخرى سابقاً وقعت لطروفي خاصة بهذه المنشآت، فلماذا نتوقع حدوثها لنا؟
- ✓ هل يكفي القيام بالتأمين لتغطية كل أزمة متوقعة؟
- ✓ أهم شيء حماية سمعة المنشأة ومنتجاتها، وما يأتي بعد ذلك لا أهمية له.

٧- ملامح استراتيجية ادارة الآزمات في المنظور الإسلامي

- ١- **تجنب الأزمة:** بالعمل الصالح، ومنه الصلاة والصبر، يقول تعالى: "يا أيها الذين آمنوا استعينوا بالصبر والصلاة إن الله مع الصابرين".
- ٢- **الأعداد لإدارة الأزمة:** "وأعدوا لهم ما استطعتم من قوة ومن رباط الخيل ترهبون به عدو الله وعدوكم وآخرين من دونهم لا تعلمونهم الله يعلمهم" (الأنفال: 60).
- ٣- **الاعتراف بوجود أزمة:** وأن سبب الأزمة يعود إلى الفرد ذاته أو الكيان الاجتماعي "ذلك بأن الله لم يك مغيراً نعمته أنعمها على قوم حتى يغيروا ما بأنفسهم وأن الله سميع عليم".
- ٤- **الاستفادة من الأزمة:** (لا يلدغ المؤمن من جرح مرتين) الحديث.

١. أن يكون مرجع إدارة الأزمة نابع من كتاب الله وسنة رسوله (ص).
٢. الاستعانة والتوكل على الله سبحانه وتعالى والثقة به والثقة بالنفس.
٣. الابتكار والإبداع بما يثير الحماس والدافعية.
٤. اختيار بديل حل الأزمة بما يحقق مصلحة البلد والفريق.
٥. الصبر والثبات والتقاؤل.
٦. التمسك بالقيم والمثل والأخلاق والسلوكيات الحسنة.
٧. الشجاعة لأعضاء وقائد فريق إدارة الأزمة.
٨. التجانس والتعاون بين الأفراد داخل فريق الأزمة.

حالة الاختراق الالكتروني لشبكة شركة ارامكو السعودية

- ❖ تعرضت شركة ارامكو في رمضان ١٤٣٣ لهجوم الكتروني استهدف شبكتها الالكترونية.
- ❖ تعرضت ارامكو للآلاف من المحاولات الفاشلة ونجحت في التصدي لها بحكم أنظمتها المتطورة.
- ❖ استهدف الهجوم على أرامكو إيقاف إنتاج الزيت والغاز للتأثير على اقتصاد المملكة واقتصادات العالم وهو الأمر الذي لم يحدث.
- ❖ تعد شبكة الشركة من الشبكات الأكثر تطوراً في العالم وأن الهجوم استغرق شهراً كاملاً من المحاولات قبل وقوعه.
- ❖ تمكنت الشركة من عزله في الحواسيب المكتبية بناءً على خططها المسبقة لمواجهة الطوارئ ولأن لديها أنظمة متعددة تحمي عملياتها الرئيسية.

المراجع

١. ماجد عبد الهادي المساعدة، إدارة الآزمات، المداخل، المفاهيم، العمليات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن ٢٠١٢.
٢. الخضري، محسن أحمد: "إدارة الآزمات: منهج اقتصادي إداري لحل الآزمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية"، القاهرة، مكتبة مدبولي، ٢٠٠٣.
٣. عبس، صلاح: "إدارة الآزمات في المنشآت التجارية"، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٤.
٤. ربحي عبد القادر الجبيلي، واقع استخدام أساليب إدارة الآزمات في المؤسسات الحكومية، الجامعة الإسلامية غزة، ٢٠١٢.
٥. أ.د. إيثار عبد الهادي محمد، إستراتيجية إدارة الآزمات: تطويع مفاهيمي وفق المنظور الإسلامي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية / كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة بغداد، المجلد (17)، العدد (64)، كانون الأول (2011): 63-47.

عناصر المحاضرة

- مقدمة
- الرسائل الايجابية
- الرسائل الجوابية
- الرسائل الحيادية

مقدمة:

- المراسلات الادارية متنوعة
- الفعالية الاتصالية تقتضي ان تكتب كل رسالة حسب موضوعها
- العرف الاداري اسس لتصنيفات عديدة من انواع الرسائل
- الرسائل الايجابية هي:

- التي تحمل معلومات ايجابية او اخبارا سارة للقارئ
- يترتب عنها توقع رد فعل ايجابي من المقارئ

خطة التنظيم:

تكتب الرسائل الايجابية بالاسلوب المباشر

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 تكرار البيع والترويج للرسالة.

الجزء الوسط في الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية هو الجزء الرئيس النهائية: تكون ايجابية ودية متضمنة عبارة واضحة عن الاجراء المرغوب من المستقبل وتحفيزه على العمل

انواع الرسائل الايجابية

رسائل الاستفسار: هي رسالة تطلب فيها معلومات كـ:

- عرض الأسعار
- العينات
- موصفات السلعة
- التامين
- قائمة الاسعار
- الكتالوجات
- توفر السلعة
- الضمان والكفالة
- الخصم
- شروط الدفع

هيكل رسالة الاستفسار

الكتابة تتوقف على توقعك لرد فعل المرسل اليه، تكتب الرسالة باتباع:

١ - البداية مباشرة بصيغة السؤال المباشر.

إذا كتبت الرسالة بصيغة الأسئلة يفضل:

- ترقيم الأسئلة
- ان نفرد لكل سؤال سطر
- استخدام صيغة السؤال المباشر
- تجنب الأسئلة التي تكون اجابتها نعم او لا

٢ - ذكر المعلومات التوضيحية:

في حالة الكتابة لأول مرة نقدم نبذة عن المنظمة ونشاطاتها والسلع التي تتاجر بها،

٣ - توضيح مبررات طلب الاسئلة، اسباب اختيار المرسل اليه...

٤ - الاشارة الى مدة توقع الرد

٥ - اختتام الرسالة بعبارة ودية

الرسائل الجوابية Reply Letters

اجابة على استفسار معين

فرصة ساحة للبايع للترويج للشركة

التعامل مع المستفسر كزبون

رسالة الجواب

الاستفسار

عناصر رسالة الجواب

١- اشكر مرسل الرسالة الاستفسارية

٢- اذكر بوضوح موضوع الرسالة، وأنت تستجيب للطلب

٣- أشر الى المراسلة/ رسالة الاستفسار التي تجيب عليها

٤- واصل تقديم اجابتك عن الاسئلة الواردة في رسالة الاستفسار وحسب ترتيبها

٥- قلل من تركيزك على الانباء غير السارة، ركز على الاجابات الايجابية السارة

٦- قدم معلومات توضيحية و اضافية للمستفسر لتثير رغبته في السلعة/ الخدمة

٧- يمكنك ان تحيل المستفسر الى جهة أخرى اذا لم يكن باستطاعتك تلبية طلبه

٨- اختتم رسالتك بصورة لطيفة تناسب الموقف كالتعبير عن الاستعداد لتقديم

مساعدة أخرى او التعبير عن الامل في علاقات عمل ودية ومثمرة دائمة

رسائل طلب البضائع

- 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.

تنظيم رسالة الطلب:

- ابدأ فوراً بتفويض القارئ/ البائع، مثلا: "أرجو أن ترسلوا لنا..."
- 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 لبقة تناسب الموقف

الرسائل الحيادية

- هي تلك الرسالة التي تتضمن أنباء او 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

من الأجزاء الرئيسية للرسالة

- التريسة
- القارئ
- المرسل
- كل ماذكر

من لجوانب الواجب مراعاتها عند تصميم الرسالة

- الهوامش
- المسافات
- الفقرات
- كل ماذكر

تعرف الرسائل الإيجابية بأنها

- تحتل أخبار سارة
- تؤكد على الشفافية
- تطلب إتخاذ إجراءات
- تحدث تغير في الواقع

المحاضرة السابعة

الرسائل السلبية

عناصر المحاضرة

- تعريف الرسالة السلبية
- تنظيم الرسائل السلبية
- نماذج عن الرسائل السلبية

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 صياغة وكتابة رسالة تحفظ العلاقة الجيدة/ وتحمل أنباء غير سارة، تتطلب قدرا كبيرا من الخيال والمواهب والمهارات. وعليه يجب مراعاة:

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

تنظيم الرسالة السلبية

الأسلوب غير المباشر:

- الحاجز
- توضيح الظروف وتحليلها
- القرار، صريح مباشر أو ضمني، متضمنا اقتراحات مفيدة
- خاتمة/ نهاية ايجابية لطيفة

الحاجز

- 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 وتتحسس مشكلته
- لياقة حيادية: ابدأ الرسالة بعبارة لا تعطي معنى محددا ولا تتضمن التزاما منك

التوضيح والتحليل

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:

- إقناع القارئ بالعمل على مصلحته
- الشرح بلطف ولباقة الحقائق المتعلقة بالموضوع
- التوضيح بأن الأمر عولج بالاهتمام البالغ

القرار الصريح او الضمني

نتبنى القرار الصريح او الضمني حسب الحالات:

- في حالة وضوح المبررات وامكانية استنتاجها من قبل القارئ يذكر القرار ضمنا
- إذا كان القارئ قد يسيء فهم القرار الضمني يذكر القرار بوضوح في نهاية التوضيح
- تقديم اقتراح بديل او مخالف
- خاتمة ودية ايجابية للرسالة:

- اكد للقارئ بأنك تقدره مثل اي زبون اخر او مستفسر يتوقع ان يكون زبوننا في المستقبل.
- شجع القارئ ان يكون احد زبائن المنظمة في المستقبل.
- وضع للقارئ ما العمل الذي يطلب منه القايه به
- عبر بوضوح عن استمرار اهتمامك بمصلحة القارئ وخدمته

الأسلوب المباشر

يمكنك استعمال الاسلوب المباشر في الحالات الآتية:

- اذا كانت الرسالة روتينية
- اذا كنت تعرف جيدا ان القارئ يحب الاسلوب المباشر
- اذا كانت الرسالة ملحة عاجلة

نماذج الرسائل السلبية

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

الرسائل الجوابية السلبية:

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

رسائل المطالبات/ الشكاوى

- من أجل كتابة رسائل مطالبات ناجحة، تراعى التوجيهات الآتية:
- تحقق جيدا أن هناك حاجة حقيقة 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.
- اكتب بلباقة وأدب، ولا تكن فظا.

خطه كتابه رسالة المطالبة

- عرف الحالة، 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 غاضبية أو كلمات/عبارات تتضمن الاتهام أو عدم الثقة.
- يمكنك أن تهيب بنزاهة وسمعة البائع لتشجعه على ان يعالج الأمر فورا.
- أذكر بوضوح ما الذي يجب عمله.
- اختتم رسالتك بتاجه لبق وودي، يمكنك أن تعبر عن تقديرك لما يجب أن يتم

السادة.....
تحية طيبة

الموضوع:

رسالة طلب غسالات رقم.....
نشكركم جزيل الشكر على شحن (٢٥) غسالة نوع "سوبر" موديل ٨١٧، التي طلبناها بموجب رسالتنا طلب بضاعة بتاريخ ١٥ مارس ٢٠٠٨.
نأسف لئلا نعلم بان خمس غسالات من بين ال(٢٥) غسالة، قد لحق بها أضرار بالغة وحين تسلمنا البضاعة كان واضحا أن الصناديق التي احتوت الغسالات بدت بحالة جيدة لذلك قمنا بتسليم الغسالات شخصيا وبعبارة فائقة، واستطيع أن افترض أن الضرر قد حصل في مرحلة من التغليف.
أرفق لكم قائمة بالغسالات المعطوبة، وسأكون سعيدا اذا ما استبدلتم الخمسة كاملة في أقرب وقت ممكن. وفي هذه الاثناء احتفظت بالغسالات جانبا وسأخذ ترتيبات إعادة شحنها اليكم. وتفضلوا.....

والشكر

رسائل رفض منح تسوية لرسائل المطالبات

نتبع الخطوات الآتية في كتابة رسالة الرفض:

- عرف الحالة/ الموضوع باستخدام عبارة حيادية للموضوع.
- مثال: الموضوع: رسالتكم حول أجهزة الحواسيب بتاريخ ١٥ 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

المحاضرة الثامنة

الرسائل الاتقاعية ورسائل البيع عناصر المحاضرة

- الرسائل الاتقاعية
- رسالة طلب انتمان
- رسالة طلب انتمان
- رسائل التحصيل
- رسائل البيع

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

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

اسلوب كتابة الرسائل الإقناعية

الاسلوب المباشر:

يستخدم في حالات:

- اذا كان الطلب بسيطا وروتينيا وشخصيا
- تعتقد أن القارئ سوف يستجيب لطلبك دونما تردد،
- يتكون الاسلوب المباشر من:
- الفكرة الرئيسية، الغرض من الرسالة، الموضوع- اذكر الطلب والسبب
- التوضيح: الحجج والتفاصيل اللازمة حتى يستطيع القارئ أن يستجيب بدقة.
- نهاية بلغة مهذبة -اطلب بلباقة الاجراء الذي ترغبه.

الاسلوب غير المباشر

في المواقف والحالات:

- الصعبة المعقدة والحساسة
- واذا كان الطلب غير روتيني
- ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو يتردد في الاستجابة كما ترغب
- او أن الاستجابة تتطلب منه تصحية شخصية

تتكون خطة رسالة الإقناع من أربعة اجزاء:

- اجنب انتباه القارئ.
- اعرض الحقائق والحجج بشكل مقنع والكتابة من وجهة نظر القارئ
- اذكر طلبك بوضوح وبدون ذكر أي سلبيات.
- اختتم الرسالة بصورة ايجابية

رسالة طلب انتمان

تخطط رسالة طلب انتمان على النحو الآتي:

- ابدأ 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

يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:

- اقناع المشتري/ الزبون بتسديد مبلغ استحق تسديده منذ حين
 - 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).
 - اللاحاح في المرحلة الاخيرة

رسالة تحصيل تذكيرية

السيد

تحية طيبة وبعد،

الموضوع:

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

رسائل البيع

- رسالة البيع هي رسالة من البائع/المورد الى القارئ/الزبون يبدي (البائع) فيها استعدادده 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.
- 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 أقل بكثير عما هي عليه بالنسبة لوسائل الدعاية الأخرى.

عملية الاعداد لرسالة البيع

دراسة وتحليل السلعة

- ما هي استعمالات السلعة واستخداماتها؟ كيف يمكن ان تفيد القارئ؟
- كيف تم تصنيعها وانتاجها؟ 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؟

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

تنظيم رسالة البيع

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

جذب انتباه القارئ/ المستفيد:

- جملة أو سؤال تستفز به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شيء لا يمكنك مشاهدته".
- قدم عرضا: "اشتر زوجا من الأحذية واحصل على الثاني مجانا".
- اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء للتأمين تعطي أفضل تبريد صيفا وتدفئة شتاء وبهدوء تام كما كانت دائما بالرغم من مرور (١٥) سنة على استعمالها.
- وجه سوألا يقود القارئ الى الاجابة بصورة معينة "ألا ترغب في كسب المزيد من مقابل دينار واحد أسبوعيا؟ 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

إثارة اهتمام القارئ: استخدام الحجج والبراهين والأدلة الشائعة

- نتائج فحوصات مختبرية تتعلق بالسلعة.
- آراء مستفيدين (زبائن) مشهورين ممن استعملوا السلعة لفترة طويلة
- حقائق وأرقام من تقارير المستفيدين من السلعة
- معروفون (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 مجانا.
- ضمان/ كفالة السلعة.
- دعوة القارئ لزيارة المصنع للاطلاع مباشرة على عمليات التصنيع.
- دعوة القارئ للمعرض لحضور عرض لاستعمال السلعة.

شجع/ادفع القارئ للقيام بعمل إيجابي

- أخبر القارئ بشكل واضح ما الذي يجب أن يفعله بالتحديد.
- أخبره كيف يستطيع القيام بذلك.
- احرص أن يكون يوسعه 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.

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

إن جهاز التكيف "الثرثار" الذي تنتجه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جداً والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنضج الطيف طيلة أيام الصيف الحارة جداً، ويمنحك الدفء اللام في أيام البرد الشديد طيلة أيام الشتاء ولبياض الطويلة. إنه يضفي على حياتك السعادة والسرور والانتعاش والحيوية مما يجدد طفتك ونشاطك باستمرار وفي غاية الهدوء ولا تكاد تسمع صوت الجهاز وهو يعمل. علاوة على ذلك سوف تسر كثيراً حينما تتسلم فتاورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جداً رغم تشغيل المكيف ساعات طويلة.

نرجو أن تنتفض بزيارة معرضنا لمشاهدة عرض وتجربة الجهاز، ولا يستغرق الأمر سوى دقائق من وقتك، ولكن سوف يساعدك ذلك على التخلص من صعوبات ومعيقات الحرص والبرد شتاءً، ويجعل حياتك أكثر بهجة وحيوية ومريحة جداً.

سوف ينقذك باص المؤسسة من الساعة.....وكذلك العودة إلى نفس المكان.

نأمل أن نتقبل دعوتنا لإتاحة الفرصة لنا لتترك ماذا توفر لك أحدث أجهزة توفير الراحة والبهجة والحيوية.

المحاضرة التاسعة

عملية طلب التوظيف

الجزء الأول

- مقدمة
- البحث عن وظيفة
- طلب وظيفة
- بيان السيرة الذاتية

- البحث عن الوظيفة صلية شاقة جداً
- تكون أكثر صعوبة في الظروف الاقتصادية السيئة
- الخريجون يتدفقون إلى سوق العمل سنوياً أوجاً
- نسبة البطالة عالية عالمياً

أولاً: البحث عن وظيفة

- البحث الناجح عن الوظيفة يقتضي من الشخص:

- بناء شبكة واسعة من العلاقات

- المعرفة الجيدة للنفس

- اختيار المسار الوظيفي

بناء شبكة واسعة من العلاقات

- زملاء الدراسة سواء في الجامعة أو ما قبلها
- الأصدقاء من غير الطلبة
- الزيارات واللقاءات العائلية
- الحرص باستمرار على المشاركة مع الأهل في زياراتهم ولقاءاتهم العائلية والاجتماعية
- أعضاء الهيئة التدريسية
- المسؤولون الذين يشغلون وظائف/ مناصب عالية في الجهات المختلفة في القطاعين العام والخاص
- حاول جداً أن تشارك في الإندية والجمعيات والمنظمات والهيئات المدنية

البحث عن فرص العمل/الوظائف الشاغرة

- الاتصال بالأصدقاء والأقارب وغيرهم ممن تعرفهم ويعرفونك
- مكاتب التوظيف والعمل، بما في ذلك مكتب التوظيف والعمل في جامعتك
- الإعلانات في الصحف والمجلات والتلفاز والمنيا وغيرها
- الإنترنت من خلال الإطلاع على مواقع بعض المنظمات على الشبكة
- أن تقوم بإرسال رسائل طلب توظيف بالبريد للمؤسسات/ المنظمات التي قد ترى أنها بحاجة إلى خريجين من تخصصك
- الاتصال بالمنظمات شخصياً والاستفسار عن وجود وظائف شاغرة
- استطلاعات الرأي والدراسات المسحية التي يتم إجراؤها حول المنظمات المختلفة

تحليل الوظائف الشاغرة

- نوع وطبيعة مهام ومسؤوليات وواجبات الوظيفية
- المؤهلات العلمية والتدريب والخبرات التي تتطلبها الوظيفية
- ظروف عمل الوظيفة وساعات العمل
- طرق الالتحاق بالعمل
- القدرات والمهارات والخصائص من ميول واتجاهات وقيم....الخ
- مكان/موقع العمل
- فرص التقدم والنمو والتطور

ثانياً: طلب التوظيف

- رسالة يكتب من قبل طالب الوظيفة
- يبدى فيه الرغبة في التوظيف
- كثيراً ما تطلبه المنظمات بخط اليد
- يعطى انطباع قويا عن المترشح خصوصاً حينما يكتب فوراً
- يشتمل طلب التوظيف في الغالب على:
- رسالة طلب وظيفة/عمل
- بيان السيرة الذاتية للمتقدم
- تقادي تكرار المعلومات بين رسالة الطلب وبيان السيرة الذاتية

تنظيم رسالة طلب وظيفة

- تعد رسالة طلب وظيفة بنفس مقومات رسالة البيع أو الرسالة الإقناعية
- التقيد بالشروط الشكلية والشروط الموضوعية
- رسالة طلب وظيفة هي في جوهرها رسالة إقناعية تتطلب:
- جذب انتباه صاحب العمل
- إثارة الاهتمام صاحب العمل
- تشجيع صاحب العمل على اتخاذ قرار إيجابي

جذب إنتباه صاحب العمل

- ومما يساعد على إثارة الاهتمام وتوليد الرغبة لدى صاحب العمل
- الاظهار في الرسالة المعرفة الجيدة بمتطلبات الوظيفة.
- الذكر بوضوح للاهداف، والطموحات والتطلعات
- إعطاء الفرصة لصاحب العمل للتعرف عليك بشكل جيد
- توضيح توافق المؤهلات العلمية والخبرات والقدرات والمهارات مع متطلبات وشروط شغل الوظيفة
- ارفاق الطلب بشهادات الخبرة ورسائل التوصية

اعتبارات هامة لكتابة رسالة طلب وظيفة

- الأفضل ان يكتب المعني رسالته.
- الغرض الفوري من الرسالة هو الحصول على فرصة للمقابلة.
- إرسال رسالة طلب الوظيفة تمثل المعيار الوحيد الذي يعتمد عليه صاحب العمل في تقييم المؤهلات والقدرات والمهارات، والتقييم بصورة عامة.
- توضيح مبررات واسباب اختيار المؤسسة الرغبة في العمل بها.
- الصدق والنزاهة ولتكن المعلومات والحقائق التي تتضمنها الرسالة مختصرة، واضحة، محددة وملموسة.
- تسليط الضوء بشكل بارز على مواطن القوة من قدرات ومهارات.
- التذعيم والتعزيز بالوثائق والمستندات وشهادات المعرفين.
- الاستعداد بتزويد صاحب العمل بمعلومات اضافية.

أنواع رسائل طلب التوظيف

- رسالة توظيف بناء على إعلان سابق

- رسالة توظيف بدون إعلان

- رسالة توظيف مع مقدمة

- هناك وظيفة شاغرة

- تعرف جيداً ماهي متطلبات وشروط شغلها

- لا يحتمل ان يكون عدد المتقدمين لشغلها كبير

تعبئة نموذج طلب وظيفة

- أحضر ولديك جميع المعلومات التي تحتاجها
- اقرأ وتابع تعليمات تعبئة الطلب
- أكمل تعبئة الطلب بشكل اتيق ومرتب.
- اجعل إجاباتك تتوافق مع الوظيفة التي تسعى للحصول عليها
- لا تترك أي بند في الطلب بدون تعبئة
- لا تعط معلومات سلبية
- أجب على جميع الاسئلة/البؤود بصدق
- لا تقترح راتباً محدداً
- أذكر أسماء معرفين
- احرص أن يتوافق الطلب مع بيان السيرة الذاتية
- دقق الطلب قبل تقديمه

Curriculum Vitae (C.V) بيان السيرة الذاتية

- بيان السيرة الذاتية هو عرض موجز ومنظم لحقائق تتعلق بالشخص طالب الوظيفة، ويتميز ببيان السيرة الذاتية بثلاث خصائص وهي:
- ان المعلومات التي تظهرها حقيقة 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
- بيان السيرة الذاتية اول ما يرسل الى صاحب العمل

متى وأين يعد ويكتب بيان السيرة الذاتية؟

ما هو الوقت الأفضل لكتابة بيان السيرة الذاتية؟

- يجب أن يكون بيان السيرة الذاتية معداً وجاهزاً منذ التخرج
- يحدث بيان السيرة الذاتية دورياً حسب الجديد
- إعادة النظر في بيان السيرة الذاتية كلما تم التقدم لوظيفة
- هل يكتب بيان سيرة ذاتية واحدة ويعمل بالجديد فقط؟
- بيان السيرة الذاتية هو أداة ترويجية
- لا يحدث فحسب بل يحدث حسب طبيعة الوظيفة

بيان السيرة الذاتية الناجح

بيان السيرة الذاتية الناجح يوفر الإجابة على التساؤلات التالية:

- هل يمكنك تقديم طلب التوظيف المتطلبات الأساسية اللازمة للوظيفة؟
- هل يمكنك تقديم طلب التوظيف مؤهلات أعلى من المتطلبات الأساسية؟
- هل يقوم مقدم طلب التوظيف بعمله الحالي بصورة ناجحة وجيدة؟

المحاضرة العاشرة عناصر المحاضرة

- عملية طلب التوظيف
- مقابلات التوظيف
- الجزء الثاني
- رسائل أخرى تتعلق بالتوظيف
- بيان السيرة الذاتية (تابع)

عناصر بيان السيرة الذاتية

- المعلومات الشخصية
- تحديد هدف المسار المهني
- التعليم
- الخبرة العلمية
- الإنجازات
- مؤهلات/ مهارات خاصة
- شهادات التقدير والجوائز
- عضوية الجمعيات المهنية
- النشاطات
- الاهتمامات
- الرخص والتسجيل
- المعرفون

توجيهات للكتابة الجيدة للسيرة الذاتية

- ان تكون جذابة للنظر،
- تكتب على ورق ابيض او رمادي فاتح يسهل قراءة معلوماتها
- تفادي استخدام نصف الصفحة أي اجعل الصفحة دائماً مملوءة
- تجنب السيرة الطويلة (الأفضل ان تكون من صفحتين)
- اترك فواصل بين الفقرات والعناوين
- تجنب الزخرفة والاكثار من الألوان
- لا تستخدم المساح في التصحيح بل اعد الطباعة
- العناوين الرئيسية تكون بارزة
- تجنب استخدام اختصارات اسماء المؤسسات

توجيهات

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

توجيهات

- رقم الصفحة في الأعلى
- لا تستخدم أكثر من حجمين من الحروف
- وازن بين الخط الداكن والفاتح
- تجنب الخطوط تحت الكلمات
- احرص على خلو السيرة من الأخطاء
- استخدم عبارات قوية ومؤثرة
- جمالاً قصيرة و تنقيطاً واضحاً
- اكتب على وجه واحد

مقابلة التوظيف

- المقابلة مرحلة حاسمة في التوظيف هي الامتحان الذي الذي يتقرر فيه اختيار المتقدم ام غيره وفي استطلاع مع أصحاب الأعمال الذين أجروا مقابلات التوظيف أشار هؤلاء إلى الصفات الآتية مرتبة حسب أهميتها:
- (١) المظهر
 - (٢) طريقة اللباس
 - (٣) الشخصية
 - (٤) الكلام، الصوت
 - (٥) الاخلاق
 - (٦) المهارات

أنواع مقابلات التوظيف

نوع المقابلة	الوصف	نصائح مفيدة
مقابلة هاتفية أو مقابلة البريد الإلكتروني	تستخدم عادة بمثابة خطوة أولية لتصفية المتقدمين	تحدث ببطء ووضوح. *تصور أنك تجري مقابلة وجه لوجه، توقع الأسئلة التي توجه إليك، وضع امامك رسالة التوظيف وبيان السيرة الذاتية
واحد - لواحد	سيكون حديث شخص - لشخص	*صافح من يقابلك بحرارة *حافظ على التقاء العينين *أظهر حماسك للمنظمة والعمل *كن ايجابيا اتجاه المنظمات السابقة
جماعية	عدد من يقابلون المتقدم للوظيفة	*نفس ما جاء في المقابلة السابقة *ابدا بالتقاء العينين مع الشخص الذي يسألك، ثم حرك عينيك لتلتقي مع كل شخص في الغرفة.

نوع المقابلة	الوصف	نصائح مفيدة
تقليدية	قد تتضمن الأسئلة: حدثنا عن نفسك؟ ماهي اهم مواظن قوتك وضعفك؟ اين ترى نفسك بعد (٥) سنوات؟كيف يمكن ان يصفك افضل اصدقائك؟؟	راجع قوائم اسئلة المقابلات بشكل عام، وتمرن مع صديق أو مرشد مهني (انظر قائمة الأسئلة لاحقاً)
سلوكية	*استقراء السلوك المستقبلي للفرد قد يكون السؤال بشأن أمثلة محددة من خبرات وتجارب سابقة في العمل،... الخ	• ضع قائمة بأمثلة عن سلوكك • كن مستعداً لإعطاء أمثلة على حالات او مواقف كانت النتائج غير ما خططت له
التوتر	في هذه المقابلة يكون الشخص الذي يجري المقابلة، غير ودي، عدوانيا ومتحديا ليرى كيف يكون رد فعلك	• لا تكن دفاعيا، حافظ على هدوئك وأجب عن الاسئلة مهنيا

الاستعداد للمقابلة

- ادرس وتعرف جيدا على المنظمة/ صاحب العمل ومجال عمله
- راجع مؤهلاتك وخبراتك
- توقع الاسئلة وأعد الاجابات عنها
- 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

أثناء المقابلة

- المقابلة الناجحة تبدأ دائما بالحضور في الوقت المحدد
- صافح بحرارة وأنت تبسم وتلتقي عينك بعيني محاورك، ثم تابع مصافحة باقي الاشخاص
- لا تجلس الا بعد ان ياذن لك بالجلوس.
- واجلس منتصباً 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 انتقادات للمنظمات التي عملت لديها سابقاً
- تذكر أن تطرح الأسئلة التي كنت قد اعددتها عن المنظمة
- استخدم لغة لطيفة، رقيقة، ودية، ومهنية
- في ختام المقابلة، اشكر من يقابلك على استقبالك ومناقشة فرص العمل لديه، وقم بمصافحته

بعد المقابلة

- اكتب رسالة شكر لكل من شارك في مقابلتك خلال ٢٤ ساعة لـ:
- تعبير عن تقديرك وشكرك للضيافة والتكريم الذي حظيت به.
- أن تعبر عن شعورك الإيجابي بشأن الوظيفة و المنظمة
- تقديم الوثائق والمعلومات الإضافية التي طلبت منك
- تؤكد على استمرار اهتمامك وحماسك للوظيفة.
- أن تعيد تسليط الضوء على أهم مواظن قوتك التي تؤهلك للوظيفة

- 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 تعليقاً إيجابياً عن المنظمة والمقابلة.
- اختتم رسالتك بأنك سوف تبذل كل جهد مستطاع لأداء العمل بأفضل صورة ممكنة.

رسالة رفض عرض وظيفة

- ابدأ بالتعبير عن تقديرك وشكرك لصاحب العمل على العرض.
- امدح من قابلك على هذا العرض.
- اشرح ووضح الأسباب والمبررات التي تدعوك للرفض.
- قدم مبررات وأسباب تفتح صاحب العمل.
- اعتذر عن قبول الوظيفة بلهجة إيجابية لبقية.
- اختتم الرسالة بعبارة مهذبة، ولطيفة ثم كرر تقديرك للعرض مع التطلع في المستقبل لفرصة أخرى.

عينة أسئلة مقابلات التوظيف

- ما الذي يمكنك أن تقدمه (تسهم به) لنا (للمنظمة)؟
- هل انت على استعداد للانتقال إلى مكان آخر؟ للسفر؟؟
- لماذا تعتقد بأنك ترغب العمل لدينا؟؟
- ما الذي تعرفه عن منظمنا؟؟
- هل تفضل العمل مع الآخرين أم منفردا؟؟
- كيف ساعد اداؤك في غرفة الصف في إعدادك لهذه الوظيفة؟
- ماهي المواد التي كانت مفضلة لديك الأقل تفضيلاً؟ لماذا؟؟
- لماذا اخترت تخصصك بالتحديد؟؟
- ماهي المؤهلات لديك التي تعتقد انها تجعلك تشعر بأنك ستكون ناجحاً في مجالك؟
- ماهي السمات الشخصية اللازمة لتتج في المجال الذي اخترته؟؟
- لماذا تعتقد أنك تحب هذا النوع من العمل؟

ما الذي يثير اهتمامك في منتجاتنا/خدماتنا؟

ماذا سيكون بعد ١٠ سنوات؟ بعد ٢٠ سنة؟

ماهي اهدافك بالنسبة لذلك في تلك السنوات؟

لماذا يجب أن أقيمك أفضل من الآخرين الذين ساقبلهم؟

ماهي معلوماتك عن الراتب؟

كيف تشعر حول قيامك بعمل اضافي، العمل ليلاء، العمل في نهاية الأسبوع؟

ما نسبة العائدات التي حققتها تكاليف الدراسة؟ كيف حققت هذه العائدات؟؟

ما هو نوع العمل الأكثر اهتماماً به

كيف تقضي أوقات فراغك، ماهي هواياتك؟؟

هل سجلك الدراسي مقياس جيد لما سيكون عليه اداؤك في عملك؟؟

هل انجزت أفضل ماكنت قادراً على انجازه أثناء الدراسة؟؟

ما هي النشاطات الجامعية التي شاركت فيها؟ لماذا؟ ماهي تلك التي استمتعت بها كثيراً؟

- رسائل الرد
- رسائل التوبيخ
- رسائل الإقناع
- رسائل الشكاوى

من جوانب التخطيط لرسائل الأعمال

- تحليل القارئ
- الإستفسار
- تحليل القارئ
- إستدراج القارئ

في مرحلة جمع المعلومات لكتابة الرسائل ،فاته يتم الإستعانة بـ:

- المصادر المتعددة
- المصادر الثانوية
- المصادر العلمية
- المصادر الجانبية

المحاضرة الحادية عشر

• المذكرات الداخلية

عناصر المحاضرة

- المذكرات الداخلية
- التقارير

١ - المذكرات الداخلية

تعتبر المذكرات:

- أحد أنواع الاتصال الكتابي الأكثر انتشاراً في المنظمة
- يتم تبادلها بين العاملين في نفس المنظمة
- تسمى أحياناً مراسلات داخلية، مذكرات مكتب
- تستخدم أكثر كلما توسعت المنظمات وتزايد حجمها
- تظهر أهميتها أكثر مع تزايد المشكلات التنظيمية والإدارية
- تحقق الارتباط والتنسيق بين الوحدات والأقسام والنشاطات المختلفة

خصائص المذكرات

تتدفق المذكرات بصورة دائمة في جميع الاتجاهات:

- من الأعلى للأسفل أو من الرئيس إلى المرؤوسين،
- ومن الأسفل إلى الأعلى،
- أفقياً في نفس الوحدة أو بين وحدات مختلفة
- المذكرات تخدم أغراضاً شتى:
- توصيل معلومات واستفسارات
- تشرح السياسات والإجراءات والقرارات والتعليمات،
- تقدم النصيحة والمشورة والتوضيح والتوجيه، والدافعية والتدريب والمشورة،
- الإبلاغ عن مشكلات العمل والصراعات وغيرها.
- إطلاع العاملين على أي تغييرات في السياسات والإجراءات وتفاصيل العمليات الداخلية في مختلف النشاطات والوظائف من إنتاج وتسويق

- ١ - تمثل المذكرات وثائق و مستندات دائمة
- ٢ - تشكل برهان أو إثباتاً يمكنه المحافظة على مصالح وحقوق الشركة ويوضح التزاماتها
- ٣ - أفضل طريقة لعرض معلومات معقدة مدعومة بالأرقام والرسوم
- ٤ - تلائم وترجع المستقبل أكثر من الاتصالات الشفهية
- ٥ - أقل تكلفة من الاتصال الهاتفي أو المباشر وجها لوجه
- ٦ - تتيح للمرسل والمستقبل وقتاً أطول لكتابة المذكرة وفهمها

تصميم/ تنسيق المذكرة الداخلية

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.

التصميم الشائع للمذكرات هو:

- ١ - الترويسة - عبارة مذكرة داخلية -
- ٢ - عبارة "إلى" : تأتي بعد الترويسة، تطبع على يمين الصفحة.
- ٣ - عبارة "من" تلي "إلى" مباشرة وتطبع على يمين الصفحة.
- ٤ - التاريخ: يطبع مباشرة.
- ٥ - الموضوع: يطبع مباشرة تحت "التاريخ".

أسلوب كتابة المذكرات الداخلية:

تفاوت أسلوب المذكرات الداخلية من مذكرة إلى أخرى ويتوقف على:

- طبيعة الرسالة،
- ظروف كتابة الرسالة،
- مركز ومكانة المستقبل وشخصيته،
- العلاقة بين المرسل والمستقبل،
- التوجيهات والتعليمات الصادرة من الإدارة العليا والموجهة الى جميع العاملين غالباً ما تكتب بلغة رسمية وغير شخصية.
- المذكرات التي يتبادلها الزملاء تكتب بأسلوب المحادثة، ولغة شخصية.
- المذكرات من المرؤوسين الى رؤسائهم تكون أكثر حذراً

المذكرات الداخلية والرسائل

هناك بعض الاختلافات بين الرسائل والمذكرات

- ١ - إن معظم المذكرات تكتب بصورة مباشرة.
- ٢ - إن كاتب المذكرة ليس مضطراً إلى الشعور بالقلق والحيرة أو استخدام "اتجاه- أنت".
- ٣ - الأجزاء الثلاثة: التحية الافتتاحية، والتحية الختامية، والتوقيع، نستغني عنها في المذكرات، إذ أنه يفترض أن تسود علاقات المودة والصداقة بين العاملين.
- ٤ - إن المذكرة تكون قصيرة قدر الامكان وتتناول موضوعاً محدداً

٢ - 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".
- ١- يعتمد التقرير بصفة رئيسة على الحقائق.
 - ٢- يتم عرض الحقائق بتسلسل منطقي وطريقة منظمة.
 - ٣- يجري عرض وتحليل الحقائق بصورة موضوعية، مجردة، وحيادية.
 - ٤- 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.

أنواع التقارير

- ١- تقارير الانتاج/ تقارير الموارد البشرية/ تقارير التسويق/ تقارير التمويل.
- ٢- تقارير رسمية / وغير رسمية.
- ٣- تقارير يومية /أسبوعية / شهرية/ أولية/ نهائية.
- ٤- تقارير روتينية / خاصة/ عاجلة.
- ٥- تقارير عادية/ سرية.
- ٦- تقارير وصفية/ إحصائية/ تحليلية.
- ٧- تقارير داخلية.

استخدامات وأغراض التقارير

- اطلاع المسؤولين على سير العمل والانجاز في المنظمة.
- تقييم مستويات أداء الأفراد والجماعات والادارات والنشاطات المختلفة.
- 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.

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 والإيجاز، ولا سيما التوصيات والاقتراحات وتعزيزها بالبراهين
- استخدام لغة سهلة، بسيطة ودقيقة، والابتعاد عن المصطلحات المعقدة الغامضة أو المطولة.

عملية كتابة التقارير

١. التخطيط
 - 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
 - وضع جدولاً زمنياً لاعداد وكتابة التقرير
٢. جمع المعلومات
٣. تنظيم المعلومات ووضع المخطط النهائي للتقرير
٤. كتابة مسودة التقرير
٥. المراجعة والتعديل
٦. التدقيق والتحرير
٧. إخراج التقرير

تبويب وتحليل المعلومات

- هل النتائج التي توصلت إليها الدراسة معقولة ومنطقية؟
- هل المعلومات والبيانات التي حصلت عليها موثوقة وتمثل مشكلة الدراسة.
- هل بلغت في تبسيط مشكلة البحث؟ وهل أغفلت بعض الجوانب الهامة.
- هل من الضروري أن تجري اختبارات إحصائية معينة؟
- هل قمت بدراسة الموضوع بشكل متعمق؟
- هل قمت بالاجابة عن سؤال البحث التي تضمنتها خطة البحث؟
- هل قمت بنقل الحقائق كما هي؟
- هل التحليل والتفسير موضوعي؟

هيكلية التقرير

الأجزاء الأولى/ التمهيدية	المتن/ جسم التقرير	الأجزاء المكملة/
• صفحة العنوان:	• المقدمة	• التكميلية
• رسالة التفويض	• جسم التقرير	• الهوامش
• رسالة تسليم التقرير	• الخلاصة	• الملاحق
• قائمة المحتويات.		• قائمة المراجع/
• قائمة الجداول.		• المصادر
• قائمة الأشكال والرسوم		• الفهرس
• البيانية		
• الملخص		

المحاضرة الثانية عشر

- الاتصالات الشفهية الفعالة
- (الاتصال غير اللفظي / لغة الجسد)

عناصر المحاضرة

- مقدمة
- مفهوم الاتصال غير اللفظي
- أنواع الاتصال غير اللفظي
- خصائص الاتصال غير اللفظي
- فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي
- تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

مفهوم الاتصال غير اللفظي:

يتمثل الاتصال غير اللفظي في أية رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة، وتتضمن عوامل أخرى مثل المظهر، المسافة، المواقع، المكان...

يسمح الاتصال غير اللفظي ب:

- 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 لمسا بها الدافع الحقيقي للشخص الذي نتحدث إليه.
- نعرف اللحظة التي حققنا فيها الاتصال، وبداية الحقيقة لعلاقاتنا.
- 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.
- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذي نتعامل معه.

خصائص الاتصال غير اللفظي

- الاتصال اللفظي يلعب دوراً كبيراً في تحقيق الأهداف الاتصالية
- عدم الانسجام بين اللفظي وغير اللفظي يؤدي الى تناقض المعاني
- ترجمة الاتصال غير اللفظي أحياناً ليست سهلة لاختلاف الثقافات
- لغة الجسم يهتم بها علم يسمى ب Kinesics
- الاتصال غير اللفظي قديم قدم الإنسان، الاهتمام به في الكتابات بدأ من النصف الثاني للقرن السابق
- اللغة العالمية رقم ١ هي لغة الجسم

فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي:

- | | |
|----------------------|------------------------|
| مستوى ونغمة الصوت. | تعبيرات الوجه |
| الإيماءات والإشارات. | حركات الأيدي والأصابع |
| وضعية وحركات الجسم | الدلالات الرمزية للوقت |
| المسافات | الاتصال باللمس |
| المظهر | الاتصال البصري |
| الابتسامة والضحك | حركات الرجلين |
| التنهيدات والتأوهات | |

أنواع أشكال الاتصالات غير اللفظية:

الاتصال غير اللفظي



لغة الوجه:

الوجه عبارة عن نظام متكامل يتفاعل فيه: الجبهة، الحاجبين، العينين، الأنف، الأذنين، الشفتين، الذقن، وتوجد بينهما تفاعلات. يعبر الوجه عن ستة انفعالات هي: السرور، الحزن، الغضب، الخوف، الدهشة، الاستمالة. من لغة الوجه:

- تعبيرات الوجه والجبهة والحاجبين
- الاتصال البصري
- التعبير بالأنف
- حركة الشفاه والشف
- التقبيل
- الابتسامة
- الضحك

لغة الصوت

الصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يطلقها الإنسان والكانات الحية الأخرى، وحتى الأشياء تحدث أصواتا عندما تكون في حالة حركة والصوت ينقل حالات:

- الغضب
- الإحباط
- التوتر
- الحزن
- عدم الرغبة في الحديث مع الآخرين
- عدم الاستعداد للإنصات للآخرين

لغة اليدين

- نستخدم اليدين لأغراض اتصالية كثيرة:
- للمساعدة على الكلام
- اكمال المعاني
- الإشارة الى الاتجاهات
- تعبير موقف: سلام، رضا، رفض
- المصافحة والتحية
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعانيه الشخص من توتر
- وضع اليدين متقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تغطية الوجه تعبيراً على الخوف
- وضع اليد على الخصر او في الجيب عند الحديث يعبر عن الغرور والتكبر

لغة اللمس

لغة اللمس تبدأ قبل ولادة الإنسان أي لما يكون جنينا في بطن امه الملامسة لها دلالات رمزية عند الشعوب عند اللمس يستقبل الانسان المشاعر اللمس جزء من مهام العلاج الطبيعي والتمريض اللمس يسمح لنا بتلقي المعلومات الأولية المتعلقة بالعالم المحيط بنا اللمس يكون من مختلف مناطق الجسم

مفردات رديئة في لغة الجسد

- العينان التي تتجنبان النظر للمتحدث
- مصافحة الآخرين بكف لينة
- الحركات العصبية
- الجلسة المسترخية
- الجلسة المتكاسلة
- الوقوف السلبي
- عض الشفاه
- قضم الأضافر
- النقر بالأصابع
- العب بالخاتم في الإصبع
- اللعب بالقلم أوفتحة
- اللعب بالمفاتيح
- اللعب بالنقود المعدنية
- طقطقة مفاصل اليد
- الاستخدام المستمر لبعض الأصوات
- مثل النحنة والههمهمة

تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

- احرص على استمرار التقاء العينين مع من تتحدث إليه أو تصغي إليه، وواصل تحريك العينين.
- هز رأسك من حين لآخر لإعطاء الموافقة.
- 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.
- التثاوب باستمرار.

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

- عناصر المحاضرة
- مقدمة
- مفهوم الاتصال غير اللفظي
- أنواع الاتصال غير اللفظي
- خصائص الاتصال غير اللفظي
- فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي
- تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

مقدمة:

- ٥٥% من الاتصال يتكون من لغة الجسم.
- ٣٨% يتم التعبير عنه بواسطة نبرة / لهجة الصوت فقط.
- ٧% يتم التعبير عنه بالكلمات.
- إذا ٩٣% من مشاعرنا وعواطفنا هي غير لفظية.

مفهوم الاتصال غير اللفظي:

يتمثل الاتصال غير اللفظي في أية رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة، وتتضمن عوامل أخرى مثل المظهر، المسافة، المواقف، المكان....

يسمح الاتصال غير اللفظي ب:

- تعرف 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، والبدائية الحقيقية لعلاقاتنا.
- 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.
- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذي نتعامل معه.

خصائص الاتصال غير اللفظي

- الاتصال اللفظي يلعب دورا كبيرا في تحقيق الاهداف الاتصالية
- عدم الانسجام بين اللفظي وغير اللفظي يؤدي الى تناقض المعاني
- ترجمة الاتصال غير اللفظي احيانا ليست سهلة لاختلاف الثقافات
- لغة الجسم يهتم بها علم يسمى ب Kinesics
- الاتصال غير اللفظي قديم قدم الانسان، الاهتمام به في الكتابات بدا من النصف الثاني للقرن السابق
- اللغة العالمية رقم ١ هي لغة الجسم
- النساء اكثر ادراك لمعاني لغة الجسم من الرجال

أنواع / أشكال الاتصالات غير اللفظية:

الاتصال غير اللفظي



فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي:

- مستوى ونغمة الصوت.
- تعبيرات الوجه
- حركات الأيدي والأصابع
- الإيماءات والإشارات.
- وضعية وحركات الجسم
- المسافات
- المظهر
- الابتسامة والضحك-التهنيدات والتأوهات
- حركات الرجلين



في حالة الشغف والأثارة تجد أن حدقة العين مفتوحة



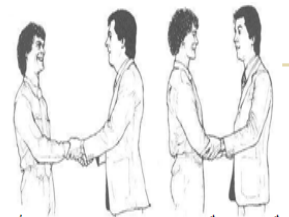
استعمال وسيلة الإيضاح تشد انتباه الطرف الآخر أو استعمال القلم والإشارة به أثناء الشرح القلم لتشير به على الكلام المكتوب ثم ترفعه بين عينيك وعينه مع إبراز كف اليد الأخرى بذلك تحظى بتركيزه كلنا



الحك بالأصبع تحت العين يستغلها الشخص المتحدث بالكذب حتى لا ينظر في عين الشخص الذي أمامه

بسط اليد بهذه الطريقة يدل على أن المتكلم يتكلم بوضوح وصدق وبأمانة

عندما تقابل شخص وتسلم عليه وكفك إلى أسفل يدل ذلك أنك أنت المسيطر على الأحداث القادمة.



المصافحة المزودة بكلتا اليدين الهدف منها هو الإعلان عن ما في داخل الإنسان من حب وصدق وتقرب وطمأنينة. وفي ذلك عاملين أساسيين الأول: استخدام المصافح لليد اليسرى للتعبير عن شعوره وحسب عمق هذا الشعور يكون مكان وضع اليد اليسرى. الإمساك بالكرع اعني في التعبير من الإمساك بالمعصم ، والإمساك بالكرع أعني من الإمساك 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 إلى المسندة فهو بهذا التصرف يربح لحالة الطفولة ويضع أبهامه في فيه كالطفل الذي يحتاج أن يشعر بوجود أمه بجواره

لغة الوجه:

- الوجه عبارة عن نظام متكامل يتفاعل فيه: الجبهة، الحاجبين، العينين، الأنف، الأذنين، الشفتين، الذقن، وتوجد بينهما تفاعلات. يعبر الوجه عن ستة انفعالات هي: السرور، الحزن، الغضب، الخوف، الدهشة، الاستمزاز. من لغة الوجه:
- تعبيرات الوجه والوجه والجبهة والحاجبين
- الاتصال البصري
- التعبير بالأنف
- حركة الشفاة والفم
- التقبيل
- الابتسامة
- الضحك.



لغة الصوت

الصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يطلقها الإنسان والكائنات الحية الأخرى، وحتى الأشياء تحدث أصواتا عندما تكون في حالة حركة والصوت ينقل حالات:

- الغضب
- الإحباط
- التوتر
- الحزن
- عدم الرغبة في الحديث مع الآخرين
- عدم الاستعداد للإنصات للآخرين

لغة اليدين

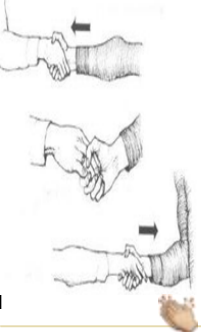
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعاناه الشخص من توتر
- وضع اليدين متقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تغطية الوجه تعبيرا على الخوف
- وضع اليد على الخصر أو في الجيب عند الحديث يعبر عن الغرور والتكبر
- نستخدم اليدين لأغراض اتصالية كثيرة:
- للمساعدة على الكلام
- اكمال المعاني
- الإشارة الى الاتجاهات
- تعبير موقف: سلام، رضا، رفض
- المصافحة والتحية
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعاناه الشخص من توتر
- وضع اليدين متقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تغطية الوجه تعبيرا على الخوف
- وضع اليد على الخصر أو في الجيب عند الحديث يعبر عن الغرور والتكبر

لغة اللمس

لغة اللمس تبدأ قبل ولادة الانسان أي لما يكون جنينا في بطن امه الملامسة لها دلالات رمزية عند الشعوب عند اللمس يستقبل الانسان المشاعر اللمس جزء من مهام العلاج الطبيعي والتمريض اللمس يسمح لنا بتلقي المعلومات الأولية المتعلقة بالعالم المحيط بنا اللمس يكون من مختلف مناطق الجسم

اللمس والمشاعر

مثلا: الشخص العدواني يصافح ويده وذراعه متخشبة والهدف هو أبقاء مسافة كافية تجعله خارج نطاق الشخص الآخر.
مصافحة شخص والأمساك بأصابعه يعاني من صغر النفس والهدف من السلام بهذه الطريقة هو ترك مسافة كافية للأطمئنان .
و عندما يجذب الشخص المصافح الذي نيصافحه الى نطاقه فهذا يدل على أنه يطمئن له



مفردات رديئة في لغة الجسد

- العينان التي تتجنبان النظر للمتحدث
- النقر بالأصابع
- مصافحة الآخرين بكف لينة
- العقب بالخاتم في الإصبع
- الحركات العصبية
- الجلسة المسترخية
- الجلسة المتكاسلة
- الوقوف السلبي
- عض الشفاة
- قضم الأضفار.
- عض الشفاة
- قضم الأضفار.
- النقر بالأصابع
- العقب بالخاتم في الإصبع
- اللعب بالقلم او فمحه
- اللعب بالمفاتيح
- اللعب بالنقود المعدنية
- طققة مفاصل اليد
- الاستخدام المستمر لبعض الأصوات
- مثل النحنة والمهممة

تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

- احرص على استمرار التقاء العينين مع من تتحدث إليه أو تصغي إليه، وواصل تحريك العينين.
- هز رأسك من حين لآخر لإعطاء الموافقة.
- ابتسم وحافظ على حيوتك وتأهيك.
- الميل إلى الأمام نحو المتحدث.
- لكن تجنب الآتي:
- النظر بعيدا، أو تحريك العينين بعيدا عن المتحدث.
- إغماض العينين.
- استخدام نبرة صوت غير سارة.
- التناوب باستمرار.

المحاضرة الرابعة عشر

الاتصالات الشفهية الفعالة: الاتصالات الهاتفية والقاء الخطاب عناصر المحاضرة

• مقدمة-لقاء الخطب-الاتصالات الهاتفية

- مقدمة:
- يعتبر لقاء خطاب أمام عدد كبير من الناس
- من أكثر أنواع الاتصال الشفهي صعوبة،
- وأقلها انتشارا،
- معظمنا يتخوف من لقاء خطاب عام،
- لا نشعر بالارتياح للتحدث أمام الآخرين،
- مثل هذا التردد والتخوف يمكن التغلب عليهما،
- تحسين مهارتنا الخطابية بواسطة تعلم وتطبيق نهج منظم في عملية الخطابات العامة.

هو الموقف الذي يحدث فيه الشخص مع مجموعة من الأفراد:

- 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 يقيّم في نهاية الأمر

أسباب رفض الحديث امام الجمهور

سوف أصبح أضحوكة	أرتجف ولا أستطيع الكلام
لم أحضر لهذا الموضوع	سوف أنسى ما أريد ان أقول
أنا خجول ولا أستطيع الكلام	ضاعت مني الورقة
لدي لهجة غريبة ولا يمكنني التحدث أمام الناس	أخاف من تقييم الناس لي
الجمهور مثقف ولا يمكنني الوقوف متحدّثاً أمامهم	أخاف أن فشل



التخطيط والإعداد

- اختيار الموضوع
- حدد الغرض/ الهدف من الخطاب/ العرض
- تحليل جمهور المستمعين
- البحث حول الموضوع

تنظيم الخطاب/ العرض

قرر طريقة العرض/ التقديم:

- الارتجال
- الاستظهار
- القراءة

الاستعانة بالوسائل المرئية: أثناء التمرين/ التدريب اسأل نفسك ما يأتي:

- 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)
- هل استخدم القواعد الصحيحة؟
- هل استعمل عادات خطابية مزعجة؟

أخطاء الالتقاء

عدم وضوح الهدف	السكون
الاسباب	غياب المشوقات
الموضوع غير مناسب	الزى المقرّر
انعدام التنظيم	اغماض العينين أو تسكينهم
الفقر في الالتقاء	

إرشادات إلقاء الخطاب:

- أظهر الصدق فيما تقول والحماس واحفظ بحيويتك.
- كن واثقاً بنفسك، كما تثق في جمهور المستمعين.
- نظم الخطاب بما يقدّم أفكار المستمعين بشكل منطقي نحو الخاتمة.
- ركز أفكارك على الرسالة والاستجابة التي ترغبها بدلاً من التركيز على نفسك.
- استخدم لغة تتناسب وتتوافق مع الجمهور المستمع.
- تحدث بشكل صحيح، وواضح ولس مستخدماً الأصول والمعايير القواعدية والتقديم
- أعرض فكرة واحدة في الوقت الواحد أحصل على تغذية راجعة بشأن كل فكرة.
- استخدم لغة الجسم لتحقيق أفضل المنافع.
- كن هادئاً وطبيعياً.

إرشادات إلقاء الخطاب (تابع)

- نوع في نبرات/ طبقات الصوت، وسرعة الإلقاء، وبدل في جهازة صوتك
- انظر إلى المستمعين (النقاء العينين) وتحدث مباشرة إليهم.
- التمز الثبات، وتجنب المغالاة في الحركة ومؤشرات العصبية.
- أعرض الوسائل المرئية باعتبارها جزءاً من الخطاب.
- حافظ على مزاجك وهذونك، حتى لو واجهت أسئلة أو ملاحظات عدائية.
- حافظ على وقفة/ جلسة مناسبة.
- حلل ردود أفعال المستمعين أثناء الخطاب
- استمع: تقديم الأفكار للآخرين يمكن أن يكون متعة وتجربة دينام

كسر الحاجز النفسي



الاتصالات الهاتفية

إن استعمال الهاتف وإتقان فنون الاتصال الهاتفي أصبحت ضرورية لرجال الأعمال لسببين رئيسيين وهما:

- الوقت الذي يهدر ويضيع في المكالمات الهاتفية هو غال جداً،
- أن الهاتف يمكن أن يحمل، ويوصل انطباعات وصوراً ذهنية سلبية عن المنظمة.

مشكلات الهاتف

- محاولة الحصول على خط.
- إبقائك / 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.

نوعية سارة من الصوت / الفاظ منتقاة

- تحدث وكأنك تحدث الشخص الآخر وجهاً لوجه.
- أظهر النقاء، المودة والسرور، اجعل صوتك مبهماً.
- اصقل نبرة ولهجة طبيعية من خلال الإبتسام والإيماء.
- بين أنك متأهب وبخط ومهتم.
- اجعل صوتك معتدلاً وعادياً وتجنب التحدث بصوت خافت جداً، أو بصوت عال جداً.
- غير/ عدل في طبقات الصوت بشكل جيد.
- الفظ الكلمة جيداً.
- انطق الكلمات بصورة واضحة تماماً. لا تنتم: اجعل كلماتك وعبارتك واضحة تماماً.
- اجعل سرعة التحدث مناسبة جداً، وتجنب الكلام بسرعة.
- استخدم الكلمات والعبارات المناسبة، وتجنب الكلمات والعبارات العامية، والفنية المعقدة،

تم الانتهاء من 🌸🌸

الملخص جهد شخصي لأفاده الجميع مع تمنياتي لكم بالتوفيق

ولاتنسوني من الدعاء
لي ولوالدي

١٤٣٥ هـ -دكتور
معتصم ابو زيد

تحياتي ايوت



تسجيل المكالمات الهاتفية

- اسم الشخص الذي وجهت إليه الرسالة.
- تاريخ المكالمة ووقتها بمنتهى الدقة.
- اسم الشخص/ الجهة المرسل (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 اسم) الشخص الذي استلم الرسالة

يتطلب تنظيم المعلومات- من الأدوات التي تساعد الإدارة على إختيار الإستراتيجيات

- ☐ دراسة الرسالة بشكل جيد
- ☐ معرفة الإثباتات والإدلة
- ☐ تحديد الأفكار المحورية
- ☒ كل ما ذكر

لهيكله الرسالة يجب تصني اجزائها الى :

- ☒ أجزاء معيارية وأجزاء ثانوية
- ☐ أجزاء أولية وأجزاء أساسية
- ☐ أجزاء كلية وأجزاء جزئية
- ☐ أجزاء عملية وأجزاء نظرية

تهدف رسائل الإقناع الى :

- ☒ جذب الإنتباه
- ☐ الموضوعية والحياد
- ☐ الرد الإيجابي
- ☐ الأخبار السارة

من أمثلة رسائلالإقناع

- ☐ رسائل التوقيف
- ☒ رسائل طلب الإهتمام
- ☐ المراجعة الإستراتيجية
- ☐ رسائل طلب التوظيف

تطوير فنون اللباقة والكياسة

- حينما تتصل هاتفيا، عرف عن نفسك وحدد الشخص المطلوب و اشرح هدفك
- حينما تستقبل مكالمة هاتفية، عرف عن منظمتك، ومن ثم أعرض المساعدة.
- اعتبر كل مكالمة هاتفية مكالمة هامة و أجب فوراً.
- أظهر الاهتمام واللباقة: كن ودوداً، متبجهاً، وتحترم الشخص المتحدث
- أكمل المكالمة فوراً ومن غير اللاتق أن تبقى المتحدث ينتظر على الهاتف.
- إنه/ اهتم 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 هاتفياً أن يغلق الهاتف أولاً.

إجراء مكالمة هاتفية

- حدد الغرض من المكالمة الهاتفية بشكل واضح.
- دون مسبقاً الملاحظات حول الحقائق، و النقاط والسلة الرئيسة التي تود الاستيضاح عنها
- ضع الملاحظات بتتابع منطقي سليم
- جهز وأعد أي ملفات ومراسلات وعقود... الخ يمكن أن تحتاجها أثناء الحديث الهاتفي.
- كن واعياً للتكاليف – لا تضع 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.

استقبال مكالمة هاتفية

- احتفظ دائماً بدفتر ملاحظات وقلم بجانب الهاتف و بدليل هواتف داخلي بجانب الهاتف.
- إن كنت تعمل في مكان مفتوح، اطلب من الآخرين التزام الهدوء.
- عرف عن نفسك ووظيفتك ودائرتك و رحب بالمتحدث.
- أصغ جيداً ودقق أي حقائق وأرقام والإملاء حينما كان ضروريا
- سجل الملاحظات.
- استخدم من العبارات ما يؤكد للمتحدث أنك على الخط، مثل "نعم" "صحيح"...
- لاتسمح لنفسك بالشروع.

كن واعياً للتكاليف – لا تترك المتحدث معلقاً ينتظر لوقت طويل.

دائماً دقق الأرقام، الأفكار، والتواريخ وأكد على أي إجراء تم الاتفاق عليه
وبعد الانتهاء من المكالمة من الضروري أن تراجع وتسجل وتتخذ أي إجراء ضروري.