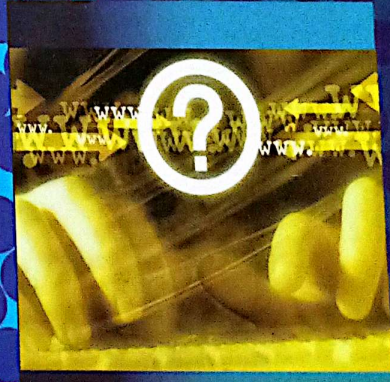
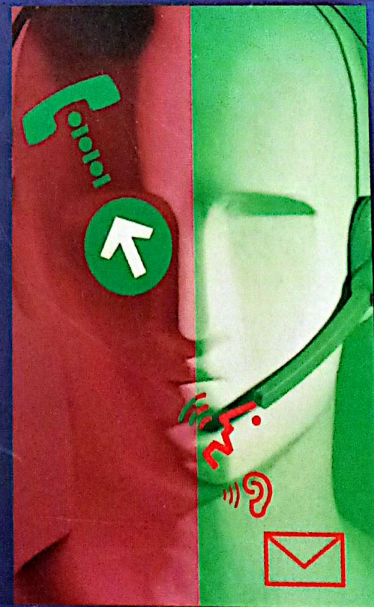
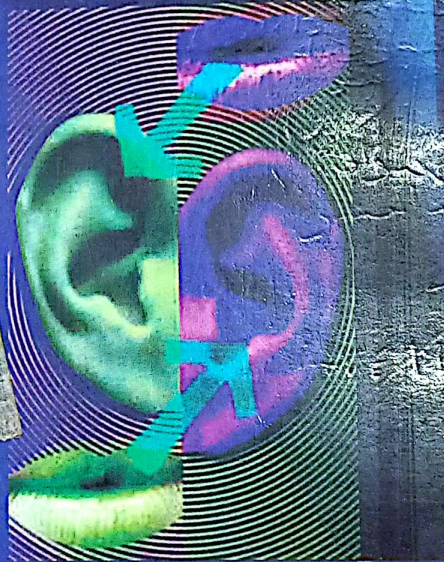


فاطمة مروّة

الاتصالات المهنية

السنة الثانية

- المحاسبة والمعلوماتية
- البيع والعلاقات التجارية
- أمانة السرايدارية



الفهرس

٩	 مقدمة
١١	 الإتصالات المهنية الخطية
١٣	 الدرس الأول: مميزات الاتصال وأهميته
١٣	 أولاً - فكرة حول عملية التواصل
١٣	 ثانياً - تعريف الاتصال أو التواصل
١٤	 ثالثاً - مميزات أو صفات الاتصال الفعال
١٦	 رابعاً - أهداف الاتصال المهني
١٧	 خلاصة الدرس
١٩	 الدرس الثاني: المؤسسة تتواصل
١٩	 أولاً - إعتقاد كل مؤسسة على لغة خاصة بها للاتصال
٢٠	 ثانياً - إهتمام المؤسسة بأن تظهر بصورة مميزة
٢٢	 ثالثاً - وسائل الاتصال المستخدمة في المؤسسات التجارية
٢٥	 رابعاً - العوامل التي تؤثر في اختيار وسيلة الاتصال المناسبة
٢٧	 خلاصة الدرس
٣٧	 الدرس الثالث: سياق الاتصال
٣٧	 عناصر الاتصال
٣٧	 ١ - المتصل
٣٧	 ٢ - المتصل به
٣٧	 ٣ - الرسالة المبلغة
٣٨	 ٤ - قناة الاتصال وأداة الاتصال
٣٨	 ٥ - الترميز أو المرجع
٣٩	 ٦ - ردة الفعل أو المعلومات المرتدة
٤٣	 خلاصة الدرس
٤٩	 الدرس الرابع: مختلف حالات الاتصال
٤٩	 أشكال الاتصال
٤٩	 ١ - الاتصالات الخطية

٥٠	٢ - الاتصالات الشفهية
٥٠	٣ - الاتصالات الداخلية
٥٠	٤ - الاتصالات الخارجية
٥٠	٥ - الاتصالات الفردية
٥٠	٦ - الاتصالات بين مجموعة من الأفراد
٥١	٧ - الاتصال المباشر
٥١	٨ - الاتصال غير المباشر
٥١	إتجاهات الاتصال
٥٢	١ - الاتجاه التصاعدي
٥٢	٢ - الاتجاه الانحداري أو التنازلي
٥٢	٣ - الاتجاه الأفقي
٥٥	خلاصة الدرس
٦١	الدرس الخامس: تحليل التبليغات الخطية أو الرسائل الخطية
٦١	أولاً - دور الرسائل الخطية أو التبليغات الخطية
٦٢	ثانياً - الأجزاء المرتبة للتبليغات الخطية
٦٣	ثالثاً - الأجزاء الكلامية للتبليغات الخطية
٦٣	رابعاً - وسائل التعبير
٦٣	١ - التعبير الكلامي
٤	٢ - التعبير غير الكلامي أو التعبير غير الناطق
٧	خلاصة الدرس
٩	الدرس السادس: أسباب فشل الاتصال - «عوائق الاتصال» -
٩	أولاً - العوائق الفردية
٩	ثانياً - العوائق الجماعية ذات الطابع التنظيمي والاقتصادي
٩	ثالثاً - الخطوات الواجب اتباعها ليتم الاتصال بشكل فعال
٩	خلاصة الدرس
٩	الدرس السابع: المراسلات التجارية
٩	أولاً - تعريفها
٩	ثانياً - أهمية الرسالة التجارية
٩	ثالثاً - البيانات الواجب توافرها في الرسالة
٩	رابعاً - كيفية صياغة مضمون الرسالة
٩	خامساً - تقديم الرسالة

٩٤	سادساً - مقومات الرسالة الفعالة أو الناجحة
٩٦	سابعاً - الرسائل الدورية أو التعقيم الدوري
٩٦	ثامناً - كيفية صياغة الدعوة
٩٩	خلاصة الدرس
١٠٦	نماذج من المراسلات التي تتم بين المنشأة وزبائنها ومورديها
١٣٧	خلاصة الدرس
١٥١	الدرس الثامن : <u>الاتصالات داخل المؤسسة</u>
١٥٤	أولاً - المذكرات
١٦١	ثانياً - التقرير
١٧١	ثالثاً - البيان أو العرض أو المحضر
١٧٥	خلاصة الدرس
١٨١	الدرس التاسع : طلب الوظيفة والسيرة الذاتية
١٨١	أولاً - وظائف المحاسبة
١٨٢	ثانياً - السيرة الذاتية
١٨٣	ثالثاً - الخطوات التي تلي تقديم السيرة الذاتية
١٨٩	رابعاً - رسالة طلب الترشيح لوظيفة معينة
١٩١	خامساً - التدريب أو التمرين
١٩٥	خلاصة الدرس
١٩٧	الدرس العاشر : المكاتبات التجارية الدعائية
١٩٧	أولاً - الرسائل التجارية الإعلانية الشخصية
١٩٧	١ - مضمون الرسائل الدعائية
١٩٨	٢ - قسيمة الرد
١٩٨	٣ - الغلاف
١٩٨	ثانياً - المكاتبات الإعلانية الموجهة إلى عدة أشخاص
١٩٨	١ - الكتيبات
١٩٩	٢ - المطويات
١٩٩	٣ - الرسائل الدعائية البريدية
٢٠١	خلاصة الدرس
٢٠٩	الدرس الحادي عشر : البحث عن المعلومات
٢٠٩	١ - الحصول على المعلومات عن طريق التعبير الشفهي
٢١٠	٢ - الحصول على المعلومات بطريقة التعبير الخطي

١٣	 خلاصة الدرس
١٧	 كيفية التحضير لإنعام اتصال فعال
١٩	 خلاصة الدرس
٢٣	 الاتصالات المهنية الشفهية
٢٥	 الدرس الثاني عشر: الاتصال الشفهي
٢٥	 ١ - مميزات الاتصال الشفهي
٢٥	 ٢ - واجبات المتصل
٢٦	 ٣ - واجبات المتصل به
٢٦	 ٤ - الأسلوب الحوارى للاتصالات الشفهية
٢٦	 ٥ - الاستقبال
٢٧	 ٦ - كيفية التعامل مع زوار المؤسسة
٢٩	 خلاصة الدرس
٣١	 الدرس الثالث عشر: المقابلة وجهاً لوجه
٣١	 ١ - الحالات التي تتم فيها المقابلة وجهاً لوجه
٣١	 ٢ - الأصول المنبذة أثناء المقابلة
٣٢	 ٣ - الاجتماع
٣٣	 ٤ - كيفية صياغة عرض أو بيان أو محاضرة
٣٥	 خلاصة الدرس
٣٩	 الدرس الرابع عشر: الاتصالات الهاتفية
٣٩	 أولاً - عناصر الاتصال الهاتفي
٤٠	 ثانياً - التحضيرات المسبقة للاتصالات الهاتفية
٤١	 ثالثاً - الإجابة على الاتصالات الهاتفية
٤٢	 رابعاً - المراحل المختلفة لعملية الاتصال الهاتفي
٤٦	 خامساً - الخدمات المرتبطة بالهاتف
٤٦	 - الأرقام الخاصة
٤٦	 - الاتصال الجماعي
٤٦	 - المجيب الصوتي
٤٩	 خلاصة الدرس
٥١	 أسئلة سعي وامتحان