

PRESENTATION AND WRITING SKILLS

MGM223

Lecture 01

Fundamentals of professional communication
in the digital age

أساسيات التواصل المهني في العصر الرقمي

Prepared by
Dr. Nagwan Al-Qershi

Lecture
01

Learning Objectives
أهداف التعلم

- | | |
|---|---|
| ☐ Explain the importance of effective communication to your career and to the companies where you will work. | ☐ شرح أهمية التواصل الفعال بالنسبة لمسيرتك المهنية والشركات التي ستعمل فيها. |
| ☐ Explain what it means to communicate as a professional in a business context. | ☐ شرح معنى التواصل المهني في بيئة العمل. |
| ☐ Comparing the conventional communication process model with the social communication model. | ☐ مقارنة نموذج عملية التواصل التقليدي بنموذج التواصل الاجتماعي. |
| ☐ Identifying the benefits of business communication technology. | ☐ تحديد فوائد تكنولوجيا اتصالات الأعمال. |
| ☐ Evaluating the role of modern technologies in improving the effectiveness and efficiency of professional communication | ☐ تقييم دور التقنيات المعاصرة في تحسين فعالية وكفاءة التواصل المهني |
| ☐ Learn about the fundamental principles of ethical and legal communication. | ☐ التعرف على المبادئ الأساسية للتواصل الأخلاقي والقانوني. |

Lecture
01

Understanding the importance of
communication.

فهم أهمية التواصل.



- **Communication** is the process of transferring information and meaning between senders and receivers, using one or more forms of media. For communication to be considered successful, it also must transfer or negotiate understanding.
- **التواصل** هو عملية تبادل المعلومات والمعاني بين المرسل والمستقبل، وذلك باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال. ولكي يُعتبر التواصل ناجحاً، يجب أن يساهم في نقل الفهم أو تعزيزه بين الأطراف.

Lecture

01

Communication is important to your career

التواصل مهم لمسيرتك المهنية

- ❑ You can have the greatest ideas in the world, but they usually aren't much good to your company or your career if you can't express them clearly and persuasively.
 - ❑ Some jobs, such as sales and customer support roles, are primarily about communicating.
- ❑ قد تكون لديك أفكار رائعة، لكنها عادةً لا تُفيد شركتك أو مسيرتك المهنية كثيرًا إذا لم تستطع التعبير عنها بوضوح وإقناع.
- ❑ بعض الوظائف، مثل وظائف المبيعات ودعم العملاء، تتمحور في المقام الأول حول التواصل.

Lecture

01

Communication is important to your career

التواصل مهم لمسيرتك المهنية

- If you move into an executive role or launch your own company, you can expect communication to consume the majority of your time. Top executives spend most of their workdays communicating, and businesspeople who can't communicate well don't stand much chance of reaching the top.
- إذا تسلمت منصبًا إداريًا أو أنشأت شركتك الخاصة، فمن المتوقع أن يستهلك التواصل جزءًا كبيرًا من وقتك. فالمدراء التنفيذيون يقضون معظم وقت عملهم في التواصل، ومن الصعب على رجال الأعمال الذين لا يمتلكون مهارات اتصال فعالة الوصول إلى أعلى المناصب.

Lecture

01

Communication is important to your career

التواصل مهم لمسيرتك المهنية

- No matter which route you follow, keep in mind that the world is full of good marketing strategists, good accountants, good engineers, and good attorneys—but it is not full of good communicators. View this as an opportunity to stand out from your competition in the job market.
- بغض النظر عن المسار الذي تتبعه، تذكر أن العالم مليء بالخبراء في مجالات التسويق المحاسبة والهندسة والقانون، ولكن قلة منهم من يتميزون بمهارات الاتصال الفعالة. انظر إلى هذا الأمر كفرصة تميزك عن منافسيك في سوق العمل.

Lecture

01

Communication is important to your company

التواصل مهم لشركتك

- ❑ Aside from the personal benefits, communication should be important to you because it is important to your company in three essential areas:
- ❑ إلى جانب الفوائد الشخصية، يجب أن يكون التواصل أمراً بالغ الأهمية بالنسبة لك، لأنه مهم لشركتك في ثلاثة مجالات أساسية:
- ✓ **العمليات:** Every company needs fast, effective communication between managers and staff, within departments, between departments, and between the company and its external business partners.
- ✓ **العمليات:** تحتاج كل شركة إلى تواصل سريع وفعال بين المديرين والموظفين، وداخل الأقسام، وبين الأقسام، وبين الشركة وشركائها التجاريين الخارجيين.

Lecture

01

Communication is important to your company

التواصل مهم لشركتك

- ✓ **Intelligence:** Companies need to keep a constant “ear to the ground” to be alerted to new opportunities, risks, and impending problems—both internally and externally.
- ✓ **العلاقات:** تحتاج الشركات إلى متابعة دقيقة ومستمرة للفرص والمخاطر والمشاكل الجديدة، داخليًا وخارجيًا.
- ✓ **Relationships:** Just as in personal and social relationships, business relationships depend on communication.
- ✓ **العلاقات:** كما هو الحال في العلاقات الشخصية والاجتماعية، تعتمد العلاقات التجارية على التواصل.

Lecture

01

What makes business communication effective?

ما الذي يجعل الاتصالات التجارية فعالة؟

To make your communication efforts as effective as possible, focus on making them practical, factual, concise, clear, and persuasive:

- ✓ **Provide practical information.** Give recipients useful information that helps them solve problems, pursue opportunities, or take other action.
- ✓ **Give facts rather than vague impressions.** Use concrete language, specific detail, and information that is clear, accurate, and ethical. When an opinion is called for, present compelling evidence to support your conclusion.

لتجعل جهود التواصل الخاصة بك فعالة قدر الإمكان، ركز على جعلها عملية، وواقعية، وموجزة، وواضحة، ومقنعة:

- ✓ **قدم معلومات عملية.** قدم للمتلقين معلومات مفيدة تُساعدهم على حل المشكلات، أو اغتنام الفرص، أو اتخاذ إجراءات أخرى.
- ✓ **قدم حقائق بدلاً من الانطباعات المبهمة.** استخدم لغة واضحة، وتفاصيل دقيقة، ومعلومات واضحة ودقيقة وأخلاقية. عند الحاجة إلى رأي، قدم أدلة دامغة تدعم استنتاجك.

Lecture

01

What makes business communication effective?

ما الذي يجعل الاتصالات التجارية فعالة؟

- ✓ **Communicate efficiently.** Concise messages show respect for people's time, and they increase the chances of a positive response.
- ✓ **Clarify expectations and responsibilities.** Craft messages to generate a specific response from readers. When appropriate, clearly state what you expect from audience members or what you can do for them.
- ✓ **Offer compelling arguments and recommendations.** When a situation calls for persuasive communication, show your readers how they will benefit if they respond the way you would like them to respond.

✓ **تواصل بفعالية.** تُظهر الرسائل الموجزة احترامًا لوقت الآخرين، وتزيد من فرص الحصول على استجابة إيجابية.

✓ **وضّح التوقعات والمسؤوليات.** صمّم رسائلك بطريقة تحفز القراء على الاستجابة بشكل محدد. وعند الاقتضاء، اشرح بوضوح ما تتوقعه من الجمهور أو ما يمكنك تقديمه لهم.

✓ **قدّم حججًا وتوصياتٍ مُقنعة.** عندما يتطلب الموقف تواصلًا مُقنعًا، بيّن لقرائك كيف سيستفيدون إذا استجابوا بالطريقة التي تُريدهم أن يستجيبوا بها.

Lecture
01

Communicating as a Professional

التواصل بشكل احترافي



Lecture

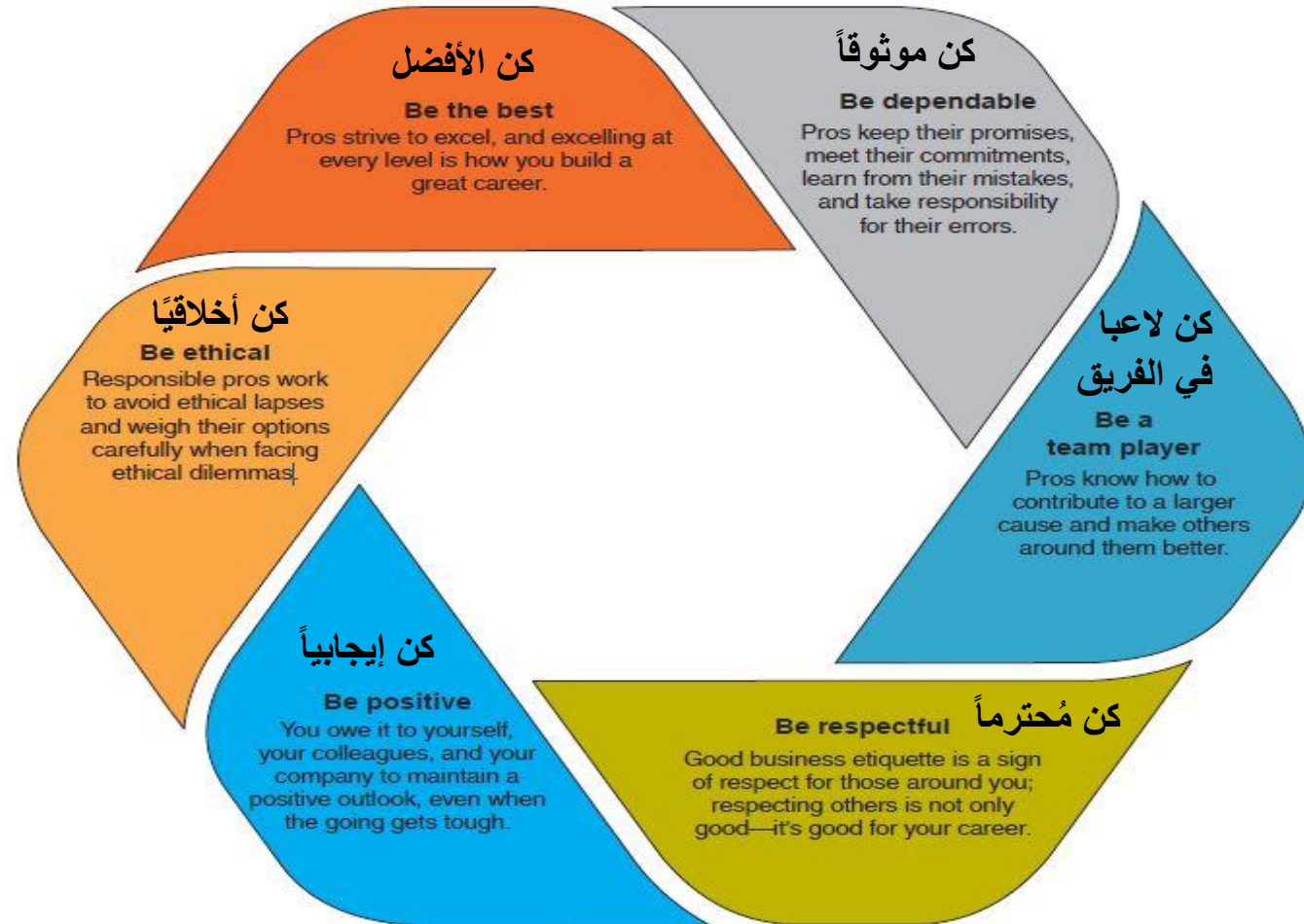
01

Elements of Professionalism

مكونات الاحترافية

To be respected as a true professional, develop these six qualities.

لتحظى باحترام الآخرين باعتبارك شخصاً محترفاً، عليك تطوير هذه الصفات الست.



Lecture

01

Understanding what employers expect from you

فهم ما يتوقعه أصحاب العمل منك

✓ **Acquiring, processing, and sharing information.**

Employers expect you to be able to recognize information needs, locate and evaluate reliable sources of information, organize information into cohesive messages, and use information ethically. This collection of skills is often referred to as **digital information fluency**.

✓ **Using communication to foster positive working relationships.**

This task includes listening, practicing good etiquette, resolving conflicts respectfully, and communicating with people from diverse backgrounds.

✓ **الحصول على المعلومات ومعالجتها ومشاركتها.**

يتوقع أصحاب العمل منك القدرة على تحديد احتياجاتك من المعلومات، وتحديد مصادرها الموثوقة وتقييمها، وتنظيمها في رسائل مترابطة، واستخدامها بشكل أخلاقي. غالبًا ما تُعرف هذه المجموعة من المهارات باسم **"طلاقة المعلومات الرقمية"**.

✓ **استخدام التواصل لتعزيز علاقات عمل إيجابية.**

تشمل هذه المهمة الاستماع، وممارسة آداب السلوك، وحل النزاعات باحترام، والتواصل مع أشخاص من خلفيات متنوعة.

Lecture

01

Understanding what employers expect from you

فهم ما يتوقعه أصحاب العمل منك

- ✓ **Representing your employer in the public arena.** Employers expect you to act responsibly and professionally on social media and in other venues and to follow accepted standards of grammar, spelling, and other aspects of quality writing and speaking.
- ✓ **Efficiently using the tools that your employer provides.** Aside from in-person conversations and meetings, every instance of business communication involves some level of technological assistance, so employers expect a level of proficiency with the tools they provide you to use.

- ✓ **تمثيل صاحب عملك في المجال العام.** يتوقع أصحاب العمل منك التصرف بمسؤولية واحترافية على وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات، والالتزام بالمعايير المقبولة في القواعد النحوية والإملائية، وغيرها من جوانب الكتابة والتحدث الجيدة.
- ✓ **استخدام الأدوات التي يوفرها صاحب العمل بكفاءة.** فإلى جانب المحادثات والاجتماعات المباشرة، تتضمن جميع أشكال التواصل في بيئة العمل استخدامًا ما للتكنولوجيا، لذا يتوقع أصحاب العمل من الموظفين إتقان استخدام الأدوات التي يوفرونها.

Lecture
01

Exploring the Communication Process

استكشاف عملية التواصل



Lecture

01

Exploring the Communication Process

استكشاف عملية التواصل

by understanding communication as a process with distinct steps, you can improve the odds that your messages will reach their intended audiences and produce their intended effects.

This section explores the communication process in two stages:

- ✓ first by following a message from one sender to one receiver in the conventional communication model.
- ✓ and then by expanding on that approach with multiple messages and participants in the social communication model.

من خلال فهم التواصل باعتباره عملية ذات خطوات مميزة، يمكنك تحسين فرص وصول رسائلك إلى الجمهور المستهدف وتحقيق التأثيرات المقصودة.

تتأول هذا القسم عملية التواصل على مرحلتين:

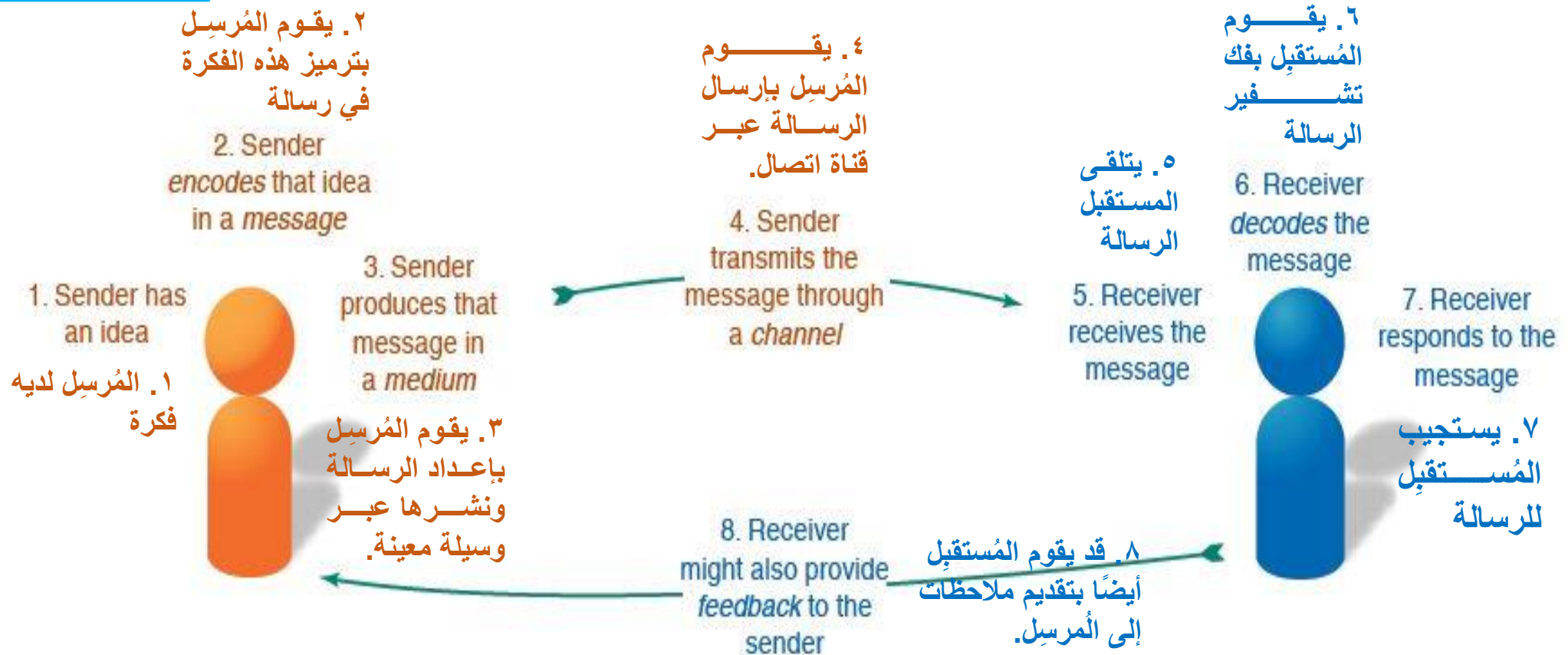
- ✓ أولاً: من خلال متابعة مسار الرسالة من المرسل إلى المستقبل في نموذج التواصل التقليدي.
- ✓ ثم يتم توسيع هذا النهج ليشمل عددًا أكبر من الرسائل والمشاركين في نموذج التواصل الاجتماعي.

Lecture

01

The conventional communication model

نموذج التواصل التقليدي



Lecture

01

The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي

- ❑ The conventional model presented illustrates how a single idea moves from one sender to one receiver. In a larger sense, it also helps represent the traditional nature of business communication, which was primarily defined by a publishing or broadcasting mindset.
- ❑ يوضح النموذج التقليدي الموضح كيف تنتقل فكرة ما من المرسل إلى المستقبل. وبمعنى أوسع، يعكس هذا النموذج طبيعة الاتصال التقليدي في عالم الأعمال، والذي كان يعتمد بشكل أساسي على نهج النشر والإعلام أحادي الاتجاه.

Lecture

01

The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي

❑ Externally, a company issued carefully scripted messages to a mass audience that often had few options for responding to those messages or initiating conversations on their own. Customers and other interested parties had few ways to connect with one another to ask questions, share information, or offer support. Internally, communication tended to follow the same “we talk, you listen” model, with upper managers issuing directives to lower-level supervisors and employees.

❑ ففي السابق، كانت الشركات توجه رسائل معدة بدقة إلى جمهور واسع، وكان لدى المستمعين خيارات محدودة للتفاعل مع هذه الرسائل أو بدء حوارات. أما الآن، تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للعملاء والجهات المعنية الأخرى فرصة التفاعل وتبادل المعلومات وطرح الأسئلة ومشاركة الآراء. وبالمثل، داخل المؤسسات، كان الاتصال الداخلي يتبع نموذجًا مشابهًا، حيث كان الإدارة العليا توجه التعليمات إلى الموظفين.

Lecture

01

The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي

□ However, in recent years, a variety of technologies have enabled and inspired a new approach to business communication. In contrast to the publishing mindset, this social communication model is interactive, conversational, and usually open to all who wish to participate. Audience members are no longer passive recipients of messages but active participants in a conversation.

□ مع ذلك، في السنوات الأخيرة، ساهمت العديد من التقنيات في إحداث تغيير جذري في أساليب التواصل في مجال الأعمال. وعلى عكس أساليب التواصل التقليدية، يتميز هذا النموذج للتواصل الاجتماعي بطابعه التفاعلي والحواري، وهو مفتوح عادةً أمام جميع الراغبين في المشاركة. وبذلك، لم يعد الجمهور مجرد مستمعين سلبيين، بل أصبحوا شركاء فعّالين في عملية التواصل.

Lecture

01

The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي

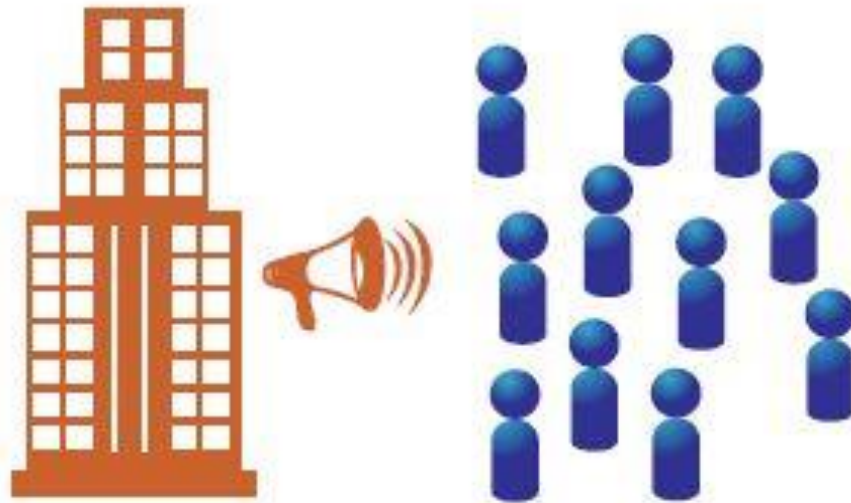
- ❑ Social media have given customers and other stakeholders a voice they did not have in the past. Instead of transmitting a fixed message, a sender in a social media environment initiates a conversation by asking a question or sharing valuable information. Information spread this way is often revised and reshaped by the participants as they forward it and comment on it. People can expand it, confirm it, amplify it, or refute it, depending on their needs and interests.
- ❑ منحت وسائل التواصل الاجتماعي للعملاء والجهات المعنية الأخرى فرصة للتعبير عن آرائهم، وهي فرصة لم تكن متاحة لهم من قبل. فبدلاً من إرسال رسائل ثابتة، يبدأ المستخدمون في بيئة التواصل الاجتماعي حواراً عبر طرح الأسئلة أو مشاركة معلومات قيّمة. وغالباً ما يتم تعديل هذه المعلومات وتطويرها من قبل المشاركين عند إعادة نشرها أو التعليق عليها، حيث يمكنهم توسيع نطاقها أو تأكيدها أو تعزيزها أو نقدها، وذلك وفقاً لاحتياجاتهم وميولاتهم.

Lecture

01

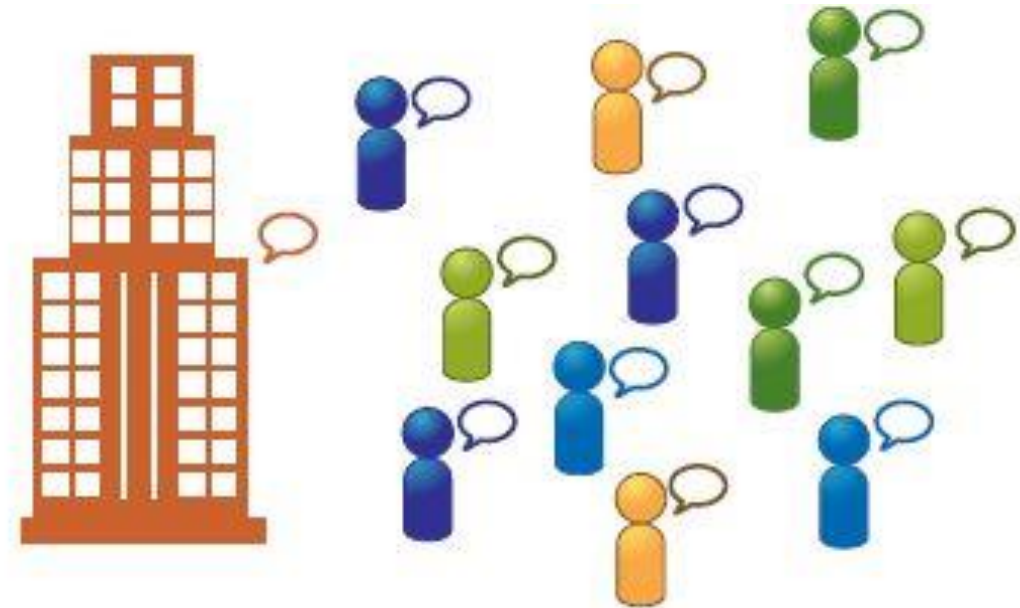
The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي



Conventional Communication:
"We Talk, You Listen"

التواصل التقليدي:
"نحن نتحدث، وأنتم تستمعون"



The Social Model:
"Let's Have a Conversation"

النموذج الاجتماعي:
"دعونا نتحدث"

Lecture

01

The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي

- ❑ The social communication model offers many advantages, but it has some disadvantages as well, starting with less control. People inside and outside a company have always been able to refute management statements or spread rumors, for example, but owners and managers could assert at least a degree of control because the options for everyone else were limited and often expensive.
- ❑ يوفر نموذج التواصل الاجتماعي العديد من المزايا، لكنه يشتمل أيضاً على بعض العيوب، أهمها انخفاض مستوى التحكم. لطالما كان بإمكان العاملين في الشركة أو خارجها نقد تصريحات الإدارة أو نشر الشائعات، إلا أن أصحاب الشركة والإدارة كانوا يمتلكون بعض القدرة على التحكم في هذه الأمور، نظراً لتضييق خيارات التواصل المتاحة للآخرين وارتفاع تكلفة استخدامها.

Lecture

01

The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي

- ❑ more stakeholders have a say in the conversation via social media, they can use the megaphone power of the crowd to shape public perceptions in significant ways, such as arranging boycotts of companies whose policies they disagree with or influencing where and how companies advertise.
- ❑ Once a message gets out in the “wild,” it can be amplified, distorted, or misused in ways the original sender never envisioned.
- ❑ مع تزايد مشاركة أصحاب المصلحة في التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح بإمكانهم التأثير بشكل كبير في الرأي العام، من خلال استخدام تأثيرهم الواسع، مثل تنظيم حملات مقاطعة الشركات التي لا يوافقون على سياساتها، أو التأثير في استراتيجياتها الإعلانية.
- ❑ وبمجرد نشر أي رسالة على الإنترنت، تصبح عرضة للتضخيم أو التشويه أو سوء الاستخدام بطرق لم يتوقعها المرسل الأصلي.

Lecture

01

The social communication model

نموذج التواصل الاجتماعي

- ❑ A second potential disadvantage of the social model is complexity. Companies and individuals have access to more information than ever before, which is both positive and negative. On the negative side, there are more communication channels to monitor, more work is needed to separate valuable information from noise, there is a greater risk of the spread of false information, and there is a greater threat of information overload.

- ❑ ومن عيوب هذا النموذج أيضاً تعقيده، إذ أصبح لدى الشركات والأفراد إمكانية الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات، وهو أمر له جوانب إيجابية وسلبية. ومن الجوانب السلبية، زيادة عدد قنوات التواصل التي يجب مراقبتها، وزيادة الحاجة إلى جهد أكبر لفصل المعلومات المفيدة عن المعلومات غير ذات قيمة، فضلاً عن زيادة خطر انتشار المعلومات المضللة وتهديد الإفراط في المعلومات.

Lecture

01

Barriers in the communication environment

الحواجز في بيئة الاتصال

❑ **Noise and distractions.** External distractions range from uncomfortable meeting rooms to reminders popping up on your screen while you're trying to write or read. Internal distractions are thoughts and emotions that prevent audiences from focusing on incoming messages.

❑ **Competing messages.** Having your audience's undivided attention is a rare luxury. In most cases, you must compete with other messages that are trying to reach your audience at the same time.

❑ **الضوضاء والمشتتات.** تتراوح المشتتات الخارجية بين قاعات الاجتماعات غير المريحة وظهور التذكيرات على الشاشة أثناء الكتابة أو القراءة. المشتتات الداخلية هي أفكار ومشاعر تمنع الجمهور من التركيز على الرسائل الواردة .

❑ **الرسائل المتنافسة.** إن نيل اهتمام جمهورك الكامل يُعدّ رفاهية نادرة. في معظم الحالات، عليك التنافس مع الرسائل الأخرى التي تحاول الوصول إلى جمهورك في الوقت نفسه.

Lecture

01

Barriers in the communication environment

الحواجز في بيئة الاتصال

❑ **Filters.** Messages can be blocked or distorted by filters, which are any human or technological interventions between the sender and the receiver. Filtering can be intentional (such as automatically filing incoming email messages based on sender or content) or unintentional (such as an overly aggressive spam filter that traps legitimate emails).

❑ **Channel breakdowns.** Sometimes the channel simply fails to deliver your message at all.

❑ **الفلاتر.** يمكن حجب الرسائل أو تحريفها بواسطة الفلاتر، وهي أي تدخلات بشرية أو تكنولوجية بين المرسل والمستقبل. قد تكون الفلتر مقصودة (مثل تصنيف رسائل البريد الإلكتروني الواردة تلقائيًا بناءً على المرسل أو المحتوى) أو غير مقصودة (مثل نظام فلتر البريد العشوائي الذي يعمل بشكل مفرط في إيقاف الرسائل الإلكترونية المشروعة).

❑ **أعطال في قنوات الاتصال.** في بعض الأحيان، تفشل قناة الاتصال في توصيل رسالتك تمامًا.

Lecture

01

How Audiences Receive Messages

كيف يستقبل الجمهور الرسائل

- ❑ **Consider audience expectations.** Deliver messages using the media and channels that the audience expects. If colleagues expect meeting notices to be delivered by email, don't suddenly switch gears and start delivering the notices via blog posts without telling anyone.
- ❑ **Make messages user-friendly.** Even if audiences are actively looking for your messages, they may not get the messages if you make them hard to find, hard to navigate, or hard to read.

❑ **ضع توقعات الجمهور في اعتبارك.** قدّم الرسائل باستخدام الوسائط والقنوات التي يتوقعها الجمهور. إذا كان زملاؤك يتوقعون تسليم إشعارات الاجتماعات عبر البريد الإلكتروني، فلا تغير مسارك فجأة وتبدأ في إرسال الإشعارات عبر منشورات المدونة دون إخبار أي شخص.

❑ **اجعل رسائلك سهلة الاستخدام.** حتى لو كان الجمهور يبحث بنشاط عن رسائلك، فقد لا تصلهم الرسائل إذا جعلتها صعبة الوصول أو التنقل أو القراءة.

Lecture

01

How Audiences Receive Messages

كيف يستقبل الجمهور الرسائل

❑ **Practice empathy.** Make sure your messages speak to the audience by clearly addressing their wants and needs—not just yours. This is the essence of the concept of "focusing on others."

❑ **Design for compatibility.** Make sure your messages are compatible with the devices your audiences will use to read, listen to, or view them. For example, websites designed for full-size computer screens can be difficult to view on mobile devices.

❑ **مارس التعاطف.** تأكد من أن رسائلك تخاطب الجمهور من خلال معالجة رغباتهم واحتياجاتهم بوضوح - وليس فقط رغباتك واحتياجاتك. هذا هو جوهر مفهوم "التركيز على الآخرين".

❑ **صمم للتوافق.** تأكد من أن رسائلك متوافقة مع الأجهزة التي سيستخدمها جمهورك لقراءتها أو الاستماع إليها أو مشاهدتها. على سبيل المثال، قد يكون من الصعب عرض مواقع الويب المصممة لشاشات الكمبيوتر كاملة الحجم على الأجهزة المحمولة.

Lecture

01

How Audiences Receive Messages

كيف يستقبل الجمهور الرسائل

❑ **Emphasize familiarity.** Use words, images, and designs that are familiar to your audience. For example, company websites usually put information about the company on a page called “About” or “About Us,” so today’s audiences expect to see such information on a page with this title.

❑ **ركز على الألفة.** استخدم كلمات وصورًا وتصاميم مألوفة لجمهورك. على سبيل المثال، عادةً ما تضع مواقع الشركات الإلكترونية معلومات عنها في صفحة بعنوان "حول" أو "نبذة عنا"، لذا يتوقع جمهور اليوم رؤية هذه المعلومات على صفحة تحمل هذا العنوان.

Lecture
01

Using Technology to Improve Communication

استخدام التكنولوجيا لتحسين التواصل



Lecture

01

Using Technology to Improve Communication

استخدام التكنولوجيا لتحسين التواصل

Contemporary business communication is a technology-enabled activity, and your success as a communicator will depend on your comfort and skill with the tools you'll have at your disposal. You are already using some of these tools, and you will be able to adapt your experience with various forms of digital and social media to workplace communication.

يُعد التواصل في عالم الأعمال المعاصر نشاطًا قائمًا على التكنولوجيا، ويعتمد نجاحك كمتواصل على مدى ارتياحك وإتقانك للأدوات المتاحة لك. أنت تستخدم بعضًا من هذه الأدوات بالفعل، وستتمكن من تكييف تجربتك مع مختلف أشكال وسائل التواصل الرقمي والتواصل الاجتماعي مع التواصل في مكان العمل.

Lecture

01

The potential benefits of communication technology

الفوائد المحتملة لتكنولوجيا الاتصالات

- Making communication more effective by helping people craft messages that convey their ideas more clearly and persuasively.
 - Making communication more efficient by reducing the time and effort needed to create, transmit, and consume messages.
 - Improving research to help communicators discover, process, and apply information.
 - Assisting communicators with decision-making by guiding them through complex sets of data.
 - Removing communication barriers so more people can participate in the communication process more easily.
- زيادة فعالية التواصل من خلال مساعدة الأفراد على صياغة رسائل تُعبّر عن أفكارهم بوضوح وإقناع.
 - زيادة كفاءة التواصل من خلال تقليل الوقت والجهد اللازمين لإنشاء الرسائل ونقلها واستهلاكها.
 - تحسين البحث لمساعدة القائمين على التواصل على اكتشاف المعلومات ومعالجتها وتطبيقها.
 - مساعدة القائمين على التواصل في اتخاذ القرارات من خلال توجيههم عبر مجموعات معقدة من البيانات.
 - إزالة عوائق التواصل لتمكين المزيد من الأشخاص من المشاركة في عملية التواصل بسهولة أكبر.

Lecture

01

The spectrum of contemporary communication technology

طيف تقنيات الاتصال المعاصرة

1. Social and Workgroup Communication Systems

Social media are digital platforms that empower stakeholders as participants in the communication process by allowing them to share content, revise content, respond to content, or contribute new content. Millions of companies now use public networks such as Facebook and Twitter to connect with customers, and many also have private, internal social networks that are restricted to employees and selected business partners. These private systems are often enhanced with shared file access, group messaging, and real-time collaboration capabilities for brainstorming, reviewing and revising documents, and virtual meetings.

١. أنظمة التواصل الاجتماعي ومجموعات العمل.

تُعد منصات التواصل الاجتماعي قنوات رقمية تمكّن المستخدمين من المشاركة الفعّالة في عملية التواصل، حيث يُمكنهم مشاركة المحتوى، وتعديله، والرد عليه، أو إضافة محتوى جديد. ويستخدم ملايين من الشركات اليوم شبكات التواصل الاجتماعي العامة، مثل فيسبوك وتويتر، للتواصل مع عملائها، كما أن لدى العديد منها شبكات تواصل اجتماعي خاصة داخلية، مخصصة للموظفين وشركاء الأعمال المختارة. وتتضمن هذه الأنظمة الخاصة عادةً ميزات إضافية مثل إمكانية الوصول إلى الملفات المشتركة، والرسائل الجماعية، والتعاون الفوري في تبادل الأفكار، ومراجعة الوثائق، وإجراء الاجتماعات الافتراضية.

Lecture

01

The spectrum of contemporary communication technology

طيف تقنيات الاتصال المعاصرة

2. Mobile Communication

Mobile connectivity is revolutionizing communication, allowing for flexibility, productivity, and collaboration. With over half of internet access now via mobile devices, it's essential in the digital workplace. Business mobile communication uses tools like social media, messaging, and apps for presentations, project management, and financial reporting.

٢. التواصل عبر الأجهزة المحمولة.

أحدثت تقنية الاتصال عبر الأجهزة المحمولة ثورة في مجال الاتصالات، حيث ساهمت في تعزيز المرونة والإنتاجية والتعاون. ومع اعتماد أكثر من نصف مستخدمي الإنترنت على الأجهزة المحمولة، أصبح هذا النوع من الاتصال ضروريًا في بيئة العمل الرقمية. ويستخدم قطاع الأعمال أدوات الاتصال عبر الأجهزة المحمولة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الرسائل، في تقديم العروض التوضيحية وإدارة المشاريع وإعداد التقارير المالية.

Lecture
01The spectrum of contemporary communication technology
طيف تقنيات الاتصال المعاصرة

3. Intelligent Communication Technology

Intelligent Communication Technology (ICT) is a group of capabilities that utilize artificial intelligence to improve the communication experience. AI is now widely used in business and communication, with companies like Amazon, Apple, Facebook, Google, Microsoft, Netflix, and Spotify relying on AI for their services. Recent developments in AI have led to the development of specialized systems for specific tasks, refined neural networks, and the availability of massive data sets, low-cost storage, and fast processors.

٣. تكنولوجيا الاتصالات الذكية.

تُعد تقنية الاتصالات الذكية مجموعة من القدرات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة الاتصال. ويُستخدم الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع في مجال الأعمال والاتصالات، حيث تعتمد شركات رائدة مثل أمازون وأبل وفيسبوك وجوجل ومايكروسوفت ونتفليكس وسبيتوماي على هذه التقنية في خدماتها. وقد أدت التطورات الأخيرة في مجال الذكاء الاصطناعي إلى تطوير أنظمة متخصصة لأداء مهام محددة، وتحسين الشبكات العصبية، وتوفير كميات هائلة من البيانات، بالإضافة إلى حلول تخزين بأسعار معقولة ومعالجات سريعة.

3. Intelligent Communication Technology

ICT relies on several fundamental AI techniques, including machine learning and deep learning, natural language processing (NLP), and computer vision. Machine learning focuses on understanding and manipulating language in unpredictable ways, while deep learning uses layers of neural networks to attack problems at multiple levels. Natural language processing aims to understand and manipulate language in natural ways, while computer vision analyzes elements of photos, videos, and live camera images to identify their content. These advancements are expected to play a key role in the future of business communication.

٣. تكنولوجيا الاتصالات الذكية.

تعتمد تقنية الاتصالات الذكية على عدة تقنيات أساسية للذكاء الاصطناعي، منها التعلم الآلي والتعلم العميق، ومعالجة اللغة الطبيعية، ورؤية الحاسوب. يركز التعلم الآلي على فهم اللغة واستخدامها بطرق غير تقليدية، بينما يستخدم التعلم العميق طبقات من الشبكات العصبية لمعالجة المشكلات على مستويات متعددة. أما معالجة اللغة الطبيعية فتستهدف فهم اللغة واستخدامها بطريقة طبيعية، بينما تقوم رؤية الحاسوب بتحليل عناصر الصور والفيديوهات والصور المباشرة من الكاميرات لتحديد محتواها. ومن المتوقع أن تلعب هذه التطورات دورًا أساسيًا في مستقبل الاتصالات في مجال الأعمال.

Lecture

01

Making communication more effective

جعل التواصل أكثر فعالية

These tools help communicators make more-compelling choices by offering suggestions and providing feedback or by enhancing the audience experience with additional information.

- ❑ **Augmented writing systems** analyze word and phrase choices and suggest more effective ways to convey ideas.
- ❑ **Augmented reality tools** enhance communication by providing relevant information to users, such as on-the-spot guidance for troubleshooting and repairing equipment.

تساعد هذه الأدوات القائمين على التواصل على اتخاذ خيارات أكثر إقناعاً من خلال تقديم اقتراحات وملاحظات، أو من خلال تحسين تجربة الجمهور بمعلومات إضافية.

❑ تقوم أنظمة الكتابة المعززة بتحليل اختيارات الكلمات والعبارات، وتقتراح طرقاً أكثر فعالية لتوصيل الأفكار.

❑ تعزز أدوات الواقع المعزز التواصل من خلال توفير معلومات قيّمة للمستخدمين، مثل توجيهات فورية لحل المشكلات وإصلاح الأجهزة.

Lecture

01

Making Communication More Efficient

جعل التواصل أكثر كفاءة

- ❑ **Applicant evaluation systems** expedite job application screening, especially in early stages of the recruiting cycle. They evaluate resumes, predict job interest, and assist in interviews with chatbots and video analysis tools.
- ❑ **Automated writing** now enables summarizing corporate news and sports stories, with companies like Yahoo! Sports using AI to generate personalized draft reports and game recaps.
- ❑ **Chatbots and taskbots** assist humans in various communication functions, such as product selection guidance and virtual assistants, enabling companies to communicate more effectively and at a lower cost.
- ❑ تُسرّع أنظمة تقييم المتقدمين عملية فرز طلبات التوظيف، خاصةً في المراحل الأولى من دورة التوظيف. فهي تُقيم السير الذاتية، وتنبئ باهتمام المتقدمين بالوظيفة، وتُساعد في المقابلات باستخدام روبوتات الدردشة وأدوات تحليل الفيديو.
- ❑ أصبح بإمكان برامج الكتابة الآلية الآن تلخيص الأخبار المتعلقة بالشركات والرياضة، حيث تستخدم شركات مثل ياهو سبورتنس الذكاء الاصطناعي لإنشاء تقارير موجزة مخصصة وملخصات مباريات.
- ❑ تساعد برامج الدردشة الآلية والروبوتات الآلية المخصصة لأداء المهام البشرية في أداء مختلف وظائف الاتصال، مثل توجيه المستخدمين لاختيار المنتجات المناسبة، مما يمكّن الشركات من التواصل بشكل أكثر فعالية وبكلفة أقل.

Lecture
01

Committing to Ethical and Legal Communication

الالتزام بالتواصل الأخلاقي والقانوني



Lecture

01

Committing to Ethical and Legal Communication

الالتزام بالتواصل الأخلاقي والقانوني

Ethics govern behavior and decision-making in society, and communication efforts are a company's public face. Ethical communication provides complete and true information for informed decision-making, without deception. Companies must trust their audience to provide accurate information, and intentionally violating this trust results in unethical communication.

تُعد الأخلاقيات أساس السلوك واتخاذ القرارات في المجتمع، كما أن التواصل الفعال يمثل الوجه الخارجي للشركة. ويشمل التواصل الأخلاقي تقديم معلومات كاملة ودقيقة تمكن المستفيدين من اتخاذ قرارات مدروسة، دون أي تحريف أو خداع. ويجب على الشركات أن تحترم حق الجمهور في الحصول على معلومات دقيقة، فانتهاك هذا الحق عمداً يعتبر سلوكاً غير أخلاقي في مجال التواصل.

Lecture

01

Forms of unethical communication

أشكال التواصل غير الأخلاقي

1. Withholding Information:

١. حجب المعلومات:

Senders can intentionally withhold information in social media proposals, avoiding responsibility for mistakes or incomplete facts. Transparency is crucial in conversations, ensuring all participants have access to the necessary information.

قد يقوم بعض المستخدمين بإخفاء معلومات معينة عن عمد في الرسائل المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف تجنب تحمل المسؤولية عن الأخطاء أو المعلومات غير الكاملة. ومن الضروري إتباع مبدأ الشفافية في التواصل، لضمان حصول جميع المشاركين على المعلومات اللازمة.

Lecture
01Forms of unethical communication
أشكال التواصل غير الأخلاقي

2. Distorting Information:

Distorting information is an unethical practice that can involve words, numbers, or images. It can be done selectively, using averages to conceal extreme values, or manipulating trend calculations to suggest future values. Images can also be manipulated to exaggerate or conceal differences. As tools for manipulating sound, images, and video become more sophisticated, distortion and fabrication of information are becoming greater concerns. Business communicators must be more vigilant as information consumers and creators.

٢. تشويه المعلومات:

تشويه المعلومات ممارسة غير أخلاقية، وقد يتم ذلك باستخدام الكلمات أو الأرقام أو الصور. ويمكن القيام بذلك بشكل انتقائي، كاستخدام المتوسطات لإخفاء القيم المتطرفة، أو التلاعب بحسابات الاتجاهات للتأثير على توقعات المستقبل. كما يمكن التلاعب بالصور لإبراز أو إخفاء بعض الاختلافات. ومع تطور أدوات التلاعب بالصوت والصورة والفيديو، أصبح تشويه المعلومات وتزييفها مصدر قلق متزايد. لذلك، يجب على العاملين في مجال الاتصالات في الشركات أن يكونوا أكثر حرصاً ودقة عند استهلاك المعلومات أو إنتاجها.

Lecture

01

Forms of unethical communication

أشكال التواصل غير الأخلاقي

3. Plagiarizing:

٣. الانتحال:

Plagiarism is presenting someone else's words or other creative product as your own. Note that plagiarism can also be illegal if it violates a copyright, which is a form of legal protection for the originators of creative content.

الانتحال هو تقديم كلمات أو منتجات إبداعية أخرى لشخص آخر على أنها ملكك. تجدر الإشارة إلى أن الانتحال قد يكون غير قانوني أيضًا إذا انتهك حقوق الطبع والنشر، وهي شكل من أشكال الحماية القانونية لمُنشئي المحتوى الإبداعي.

Lecture

01

Ensuring ethical communication

ضمان التواصل الأخلاقي

Whether or not a company has formal guidelines in place, every employee has a responsibility to communicate in an ethical manner. To make sure you are communicating ethically, **keep these five questions in mind:**

1. Is my intention honorable, and does it demonstrate respect for my audience?
2. Am I giving my readers or listeners all the information they need to take an informed stance or make an informed decision?

سواء كانت الشركة لديها إرشادات رسمية للتواصل أم لا، فإن كل موظف مسؤول عن التواصل بطريقة أخلاقية. ولضمان التواصل الأخلاقي، ضع هذه الأسئلة الخمسة في اعتبارك:

١. هل نواياي إيجابية ومحترمة، وهل تعكس احترامًا لجمهوري؟
٢. هل أقدم لقرائي أو مستمعي جميع المعلومات التي يحتاجون إليها لاتخاذ موقف أو قرار مدروس؟

Lecture

01

Ensuring ethical communication

ضمان التواصل الأخلاقي

3. Have I considered the effect my message will have on the audience and anyone else who might be affected by it?
٣. هل أخذت في الاعتبار التأثير الذي ستركه رسالتي على الجمهور وجميع من قد يتأثرون بها؟
4. Am I respecting the legal and moral rights of anyone whose information or ideas I am using?
٤. هل أحترم الحقوق القانونية والأخلاقية لأي شخص أستخدم معلوماته أو أفكاره؟
5. Could a different approach produce a more positive outcome for everyone involved?
٥. هل من الممكن أن يؤدي اتباع منهج مختلف إلى نتائج أكثر إيجابية لجميع الأطراف المعنية؟

Lecture

01

Ensuring legal communication

ضمان التواصل القانوني

□ Promotional communication.

Anyone who creates marketing messages needs to be aware of the many laws that govern truth and accuracy in advertising. These laws address such issues as false and deceptive advertising, claims expressed on product packaging, the use of celebrity testimonials, and bait-and-switch tactics in which a store advertises a lower-priced product to lure consumers into a store but then tries to sell them a more expensive item.

□ التواصل الترويجي.

يجب على كل من يقوم بإنشاء الرسائل التسويقية أن يكون على دراية بالقوانين التي تنظم الدقة والصدق في الإعلان. وتشمل هذه القوانين مسائل مثل الإعلان الزائف والمضلل، والادعاءات الواردة على عبوات المنتجات، واستخدام شهادات المشاهير، واستخدام أساليب الإغراء والتضليل حيث يقوم المتجر بالإعلان عن منتج بسعر منخفض لجذب الزبائن، ثم يحاول بيع منتج آخر باهظ الثمن.

Lecture

01

Ensuring legal communication

ضمان التواصل القانوني

❑ Contracts.

A contract is a legally binding promise between two parties in which one party makes a specified offer and the other party accepts. Contracts cover a wide range of business scenarios, including employment, purchasing and leasing, project services, and nondisclosure agreements.

❑ Employee communication.

A variety of local, state, and federal laws govern communication between employers and both potential and current employees. For example, employers are required to inform employees about workplace hazards, such as toxic chemicals.

❑ العقود.

العقد هو اتفاق مُلزم قانونًا بين طرفين حيث يقدم أحد الطرفين عرضًا محددًا ويقبله الطرف الآخر. وتغطي العقود مجموعة واسعة من سيناريوهات الأعمال، بما في ذلك التوظيف والشراء والتأجير وخدمات المشاريع واتفاقيات عدم الإفصاح.

❑ التواصل مع الموظفين.

تحكم مجموعة متنوعة من القوانين المحلية والولائية والفيدرالية التواصل بين أصحاب العمل والموظفين المحتملين والحاليين. على سبيل المثال، يتعين على أصحاب العمل إبلاغ الموظفين بالمخاطر في مكان العمل، مثل المواد الكيميائية السامة.

Lecture

01

Ensuring legal communication

ضمان التواصل القانوني

☐ Intellectual property.

Intellectual property (IP) includes copyrighted materials as well as industrial property such as patents, product designs, and logos.

☐ Financial reporting.

Finance and accounting professionals who work for publicly traded companies (those that sell stock to the public) must adhere to stringent reporting laws.

☐ الملكية الفكرية.

تشمل الملكية الفكرية المواد المحمية بحقوق الطبع والنشر، بالإضافة إلى الملكية الصناعية مثل براءات الاختراع وتصاميم المنتجات والشعارات.

☐ التقارير المالية.

يجب على المتخصصين في المالية والمحاسبة العاملين في الشركات المدرجة في البورصة (التي تباع أسهمها للجمهور) الالتزام بقوانين إعداد التقارير المالية الصارمة..

Lecture

01

Ensuring legal communication

ضمان التواصل القانوني

❑ Defamation.

Negative comments about another party raise the possibility of defamation, the intentional public communication of false statements that damage character or reputation.

❑ Transparency requirements.

Governments around the world are taking steps to help ensure that consumers and other parties know who is behind the information they receive, particularly when it appears online.

❑ التشهير.

التعليقات السلبية عن طرف آخر تزيد من احتمالية التشهير، وهو نشر علناً بيانات كاذبة تُسيء إلى السمعة أو الشخصية.

❑ متطلبات الشفافية.

تتخذ الحكومات في جميع أنحاء العالم خطوات للمساعدة في ضمان معرفة المستهلكين والأطراف الأخرى بمن يقف وراء المعلومات التي يتلقونها، وخاصة عندما تظهر على الإنترنت.

Lecture
01

Developing Skills for Your Career

تطوير المهارات اللازمة لمسيرتك المهنية



Lecture

01

Developing Skills for Your Career

تطوير المهارات اللازمة لمسيرتك المهنية

communication skills are the single most important asset you can polish as you launch and manage your career.

مهارات الاتصال هي أهم ميزة يجب تطويرها عند بدء مسيرتك المهنية وإدارتها.

❑ **Critical thinking.** In many of the assignments and activities, you will need to define and solve problems and make decisions or form judgments about a situation or set of circumstances.

❑ **التفكير النقدي:** في العديد من الأنشطة والمهام، ستحتاج إلى تحديد المشكلات وحلها، واتخاذ القرارات، أو التوصل إلى استنتاجات حول موقف أو مجموعة من الظروف.

❑ **Collaboration.** Depending on the configuration of your course, you will have various opportunities to work with classmates on reports, presentations, and other projects.

❑ **التعاون:** بناءً على طبيعة برنامج دراستك، ستتاح لك فرص عديدة للعمل مع زملائك في إعداد التقارير والعروض التقديمية وغيرها من المشاريع.

Lecture

01

Developing Skills for Your Career

تطوير المهارات اللازمة لمسيرتك المهنية

- ❑ **Knowledge application and analysis.** The ability to learn a concept and then apply that knowledge to other challenges is a skill that employers value highly.

❑ **تطبيق المعرفة وتحليلها:** القدرة على تعلم مفهوم ما وتطبيقه على تحديات أخرى هي مهارة قيّمة لدى أصحاب العمل .
- ❑ **Business ethics and social responsibility.** As you work on projects throughout this course, be mindful of the ethical implications that you could encounter in similar projects on the job.

❑ **أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية:** أثناء العمل على المشاريع في هذا البرنامج، انتبه إلى الآثار الأخلاقية التي قد تواجهها في مشاريع مماثلة في بيئة العمل..

Lecture

01

Developing Skills for Your Career

تطوير المهارات اللازمة لمسيرتك المهنية

- ❑ **Information technology skills.** Use projects and activities to build your skills with technology, including word-processing apps, spreadsheets, presentation software, messaging systems, and AI tools.
 - ❑ **Data literacy.** You'll have multiple opportunities to fine-tune your data literacy skills, which include the ability to access, assess, interpret, manipulate, summarize, and communicate data.
- ❑ **مهارات تكنولوجيا المعلومات:** استخدم المشاريع والأنشطة لتعزيز مهاراتك في استخدام التكنولوجيا، بما في ذلك برامج معالجة النصوص، وبرامج جداول البيانات، وبرامج العروض التقديمية، وأنظمة الرسائل، وأدوات الذكاء الاصطناعي.
 - ❑ **الإلمام بالبيانات:** ستتاح لك فرص متعددة لتطوير مهاراتك في التعامل مع البيانات، والتي تشمل القدرة على الوصول إلى البيانات، وتقييمها، وتفسيرها، ومعالجتها، وتلخيصها، ونشرها.



Thank You