

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم الحديثة
التعليم المفتوح وعن بعد

المحاضرة : الاولى

المادة : مراسلات تجارية

طلاب التعليم المفتوح وعن بعد

صفحة 1 من 8

www.ums-edu.com/distance

E-mail: distance@ums-edu.com

Tel: +967- 01- 530380

عناصر المحاضرة :

- 1- مقدمة عن المراسلات بشكل عام .
- 2- انواع المراسلات .
- 3- تعريف المراسلات الإدارية واهميتها وانواعها.
- 4- تعريف المراسلات الخاصة والشخصية .
- 5- تعريف المراسلات التجارية.
- 6- وظائف المراسلات التجارية.
- 7- الوظائف العامة – الوظائف الثانوية.
- 8- خصائص المراسلات التجارية.
- 9- خصائص الشكل – خصائص المضمون.

الهدف المرجو من المحاضرة :

- التفرقة والتمييز بين الرسالة الإدارية والرسالة الشخصية والرسالة التجارية .
- معرفة وظائف الرسالة التجارية ولماذا تستخدم.
- معرفة خصائص الرسالة التجارية وأهمية وجود هذه الخصائص .

نتائج المحاضرة :

- القدرة على صياغة رسالة تجارية مع مراعاة الخصائص العامة لها عند صياغتها باللغة العربية .

الوقت القياسي لأداء المحاضرة :

ساعتان من الزمن

وسائل إلقاء المحاضرة :

العرض على السبورة والشرح الكلامي فقط

واجب نظري للطلبة مرفق بالمحاضرة .

مقدمة في المراسلات

تعريف المراسلات: يقصد بالمراسلات كل ما يتم تبادلته وإرساله بين جهات مختلفة وتساعد المراسلات على تحقيق ما يلي :

- 1- تبادل المعلومات والخبرات بين مختلف الجهات الاداريه وأحياناً الأفراد .
 - 2- توثيق العلاقة بين الفرد والاداره.
 - 3- تعتبر المراسلات مظهر من مظاهر تجسيد مختلف أنواع الخدمات التي تقدمها الاداره العامة .
 - 4- تعتبر المراسلات أداء إثبات للحقوق والالتزامات.
 - 5- وتعتبر مرجع ومنها يشكل الحافظات .
- ويوجد ثلاثة أنواع للمراسلات هي :

أولاً : مراسلات مكتبية إدارية :

هي التي يبعث بها موظف في إدارة أو شركة أو تبعث بها إدارة إلى جهة أخرى لأمر تخصُّ العمل يطلبُ فيها مرسلها أمراً أو يرُدُّ على طلب أو يستفسرُ عن قضية. أي ان الغرض من كتابة الرسالة هو عمل إداري .

أنواع المراسلات الإدارية :

قد تكون الرسالة الإدارية طلباً للعمل أو شكوى أو خطاباً إلى قاضٍ أو بلاغاً عن حادثة أو استعطافاً لتخفيف الحكم أو قد تكون أحد الأشكال من المعاملات التجارية.

أهمية الرسالة الإدارية :

تتمثل أهميتها في تسيير الحركة الإدارية في مؤسسة ما أو شركة، وعلينا يتوقف تنفيذ أمر من الأمور، وقد تشير إلى عقد اجتماع طارئ. ولهذا فأهميتها تكمن في المصلحتين العامة والخاصة.

ثانياً : مراسلات خصوصية "شخصية" :

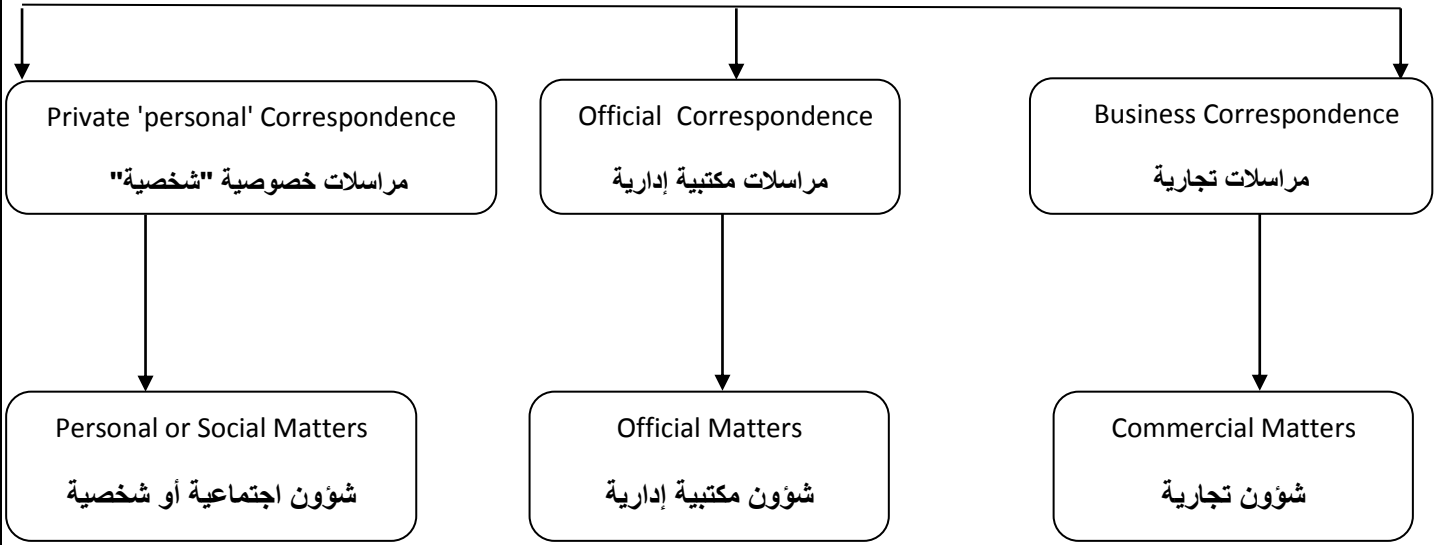
هي الرسائل او المراسلات التي تبعث من شخص لآخر او من شخص لمجموعة لامور شخصية خاصة او اجتماعية غير مرتبطه بعمل اداري او تجاري وتتم غالباً للاستفسار والاطمئنان عن الاحوال والتفقد للاهل والاصدقاء . وتكون رسائل عاطفية اكثر أي تغلب عليها العاطفة لذلك لا يوجد قواعد يجب مراعاتها عند صياغة مثل هذا النوع من الرسائل بعكس المراسلات التجارية والادارية .

ثالثاً : مراسلات تجارية : هي جميع الرسائل المكتوبة التي تصدر عن مؤسسات الأعمال سواء التي يتم تداولها بين أقسام المنظمة الواحدة وإدارتها أو تلك التي تستقبلها من عملائها ومورديها أو التي تتلقاها من المنظمات والدوائر والهيئات الرسمية وغير الرسمية أو من الأفراد وغيرهم .

- او هي الرسائل التي تبعث وتكتب لغرض تجاري وتقديم سلعة او خدمة اي ان السبب الاول والاخير لكتابة الرسالة هو تجاري بحت ولذلك يوجد خصائص وقواعد للرسائل التجارية متعارف عليها يجب مراعاتها عند صياغة الرسالة التجارية .

أنواع المراسلات

Kinds of Correspondence



1-Private 'Personal' Correspondence :

They are defined as letters exchanged among friends , relatives , and acquaintances for personal or social matters .

-1 المراسلات الخصوصية "الشخصية" :

تعرف بأنها الرسائل المتبادلة بين الأصدقاء والأقارب والمعارف بغرض قضايا شخصية او اجتماعية .

2-Official Correspondence :

They are defined as letters exchanged among governmental institutions offices or agencies at the national or local levels – concerning official matters .

-2 المراسلات المكتبية "الإدارية" :

تعرف بأنها الرسائل المتبادلة بين الهيئات والمكاتب والوكالات الحكومية على المستوى الدولي أو المحلي وتكون متعلقة بالإعمال المكتبية "الإدارية" .

3-Business Correspondence :

They are defined as letters exchanged among business firms or businessmen – sellers and buyers or they exposed to carry out commercial transactions .

3- المراسلات التجارية :

تعرف الرسالة التجارية بأنها الرسالة التي تحاول إن تؤثر في قارئها لتحدث حدثاً ما أو لتحقيق شيئاً ما يرغب به المرسل .

In other words the correspondent tries to get his reader to agree with him , this attempt at agreement should always be part of the letter , whether the desired result is of an immediate importance , such as collecting of a bill , or it is an intangible attitude like goodwill .

بعبارة أخرى يحاول المرسل إن يجعل القارئ يتوافق معه وتعتبر هذه المحاولة جزء من الرسالة إذا النتيجة المرغوبة ذات قيمة .

Functions of Business Letters :

Business letters achieve three general functions :-

- a-They provide (give) information to the reader .
- b-They obtain (get) information from the reader .
- c-They build goodwill for the sender .

- وظائف المراسلات التجارية :

تحقق المراسلات التجارية ثلاث وظائف عامة كما يوجد بعض الوظائف الثانوية :

الوظائف العامة : هنالك ثلاث وظائف عامه وهي كالآتي :

- أ- تزويد القارئ بالمعلومات : أي ان الرسالة التجارية تعمل على تزويد قارئها بمعلومات حول الكاتب وعن السبب من كتابة الرسالة وبالتالي يكون عند القارئ للرسالة معلومات كافيه للرد على الرسالة .
- ب- الحصول على معلومات من القارئ : بعد الاطلاع وقراءة الرسالة بالتالي سيكون هنالك رسالة رد على الرسالة السابقة وسوف يجب فيها القارئ عن كل المعلومات التي يريد كاتب الرسالة السابقة .
- ت- تبني سمعة وانطباع جيد للمرسل : الرسالة الفعالة والنموذجية والتي يتم مراعاة جميع الخصائص العامة والثانوية للمراسلات التجارية عند صياغتها تبني سمعة وانطباع جيد عن الشخص المرسل الذي هو كاتبها وقد تاتي بانطباع سلبي عنه في حالة عدم مراعاة خصائص المراسلات التجارية.

الوظائف الثانوية للمراسلات التجارية: هنالك بعض وظائف اخرى تقوم بها رساله التجارية منها :

- أ- تسهيل المعاملات والإجراءات بين الكاتب والقارئ .
- ب- تعتبر كوثيقة ومرجعية قانونية إذا لزم الحال يستند عليها.
- ت- تختصر الوقت بين التجار.
- ث- تقلل من التكاليف وخاصة تكاليف السفر والاتصالات التلفونية التي كان يتعامل بها سابقاً.
- ج- تعتبر احدى وسائل التسويق والعرض للمنتجات والخدمات.

الصفات (الخصائص) الأساسية والفعالة للرسائل التجارية :-

Basic Characteristics of Effective Business Letters :-

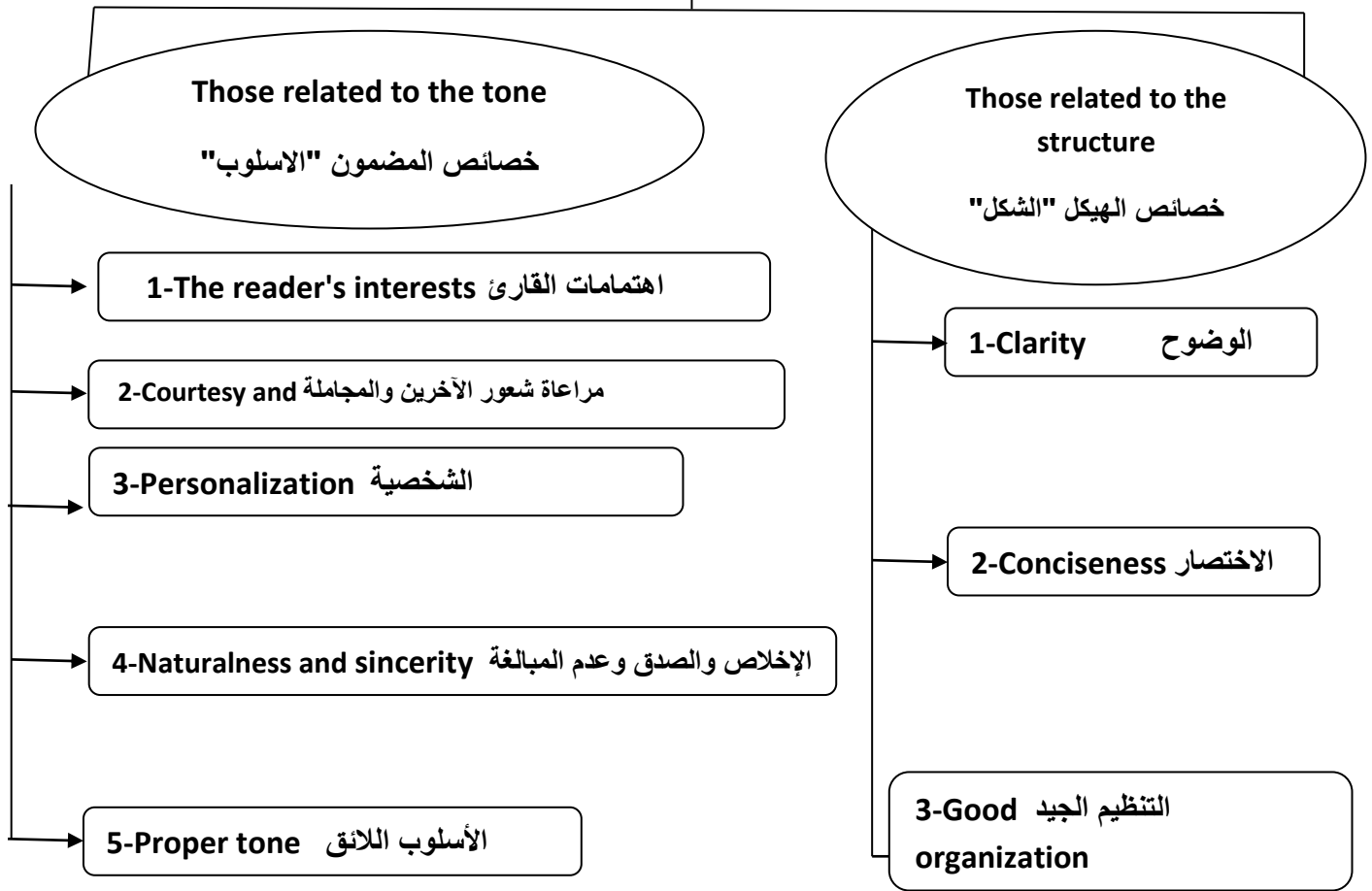
Any type of letter can be judged in terms of how successfully it gains agreement from the reader .

تحكم على مضمون أي رسالة تجارية بالنجاح عندما تحصل على رضا القارئ

The successful sales message gets its reader to agree the a product or a service is worth buying .

تكون رسالة المبيعات ناجحة عندما تحصل على موافقة القارئ بان المنتج او الخدمة يستحق الشراء .

Basic Characteristics of Effective Business Letters :-



Characteristics of the tone :

Tone consists of organizing words to produce favorable action by the reader . A letter that has the right tone receives greater attention than the one with improper tone . Thus the right tone creates goodwill for your firm .

خصائص المضمون :

الأسلوب الذي يحتوي على كلمات منظمة ينتج انطباع ايجابي عند القارئ فالرسالة التي تحتوي الأسلوب المناسب , تُستقبل باهتمام أفضل من الرسالة التي يكون مضمونها غير مناسب . يخلق الأسلوب الجيد انطباع جيد للقارئ تجاه الشركة المرسله .

1-The reader's interests :

This feature means that you should adopt you reader's viewpoint , not your own , by trying to understand his needs , wishes , interests , problems , and the best way of meeting them . In other words your letter should be a reader-oriented , so that it shows an awareness of the reader's aims whereas it attains your aims too at the same time .

Put yourself in your reader's place and write your letter to him with his own viewpoint in your mind .

Use pronoun 'YOU' because this pronoun can be very useful in directing the letter to the reader's personal interest .

1- اهتمامات القارئ :

تتبنى في الرسالة وجهة نظر القارئ وليس وجهة نظرك أنت ينبغي إن تعرف اهتمامات واحتياجات ورغبات ومشاكل القارئ وتواجه ذلك بكلماتك في الرسالة .
في الرسالة يجب إن تجعل القارئ يشعر بأنك تحقق أهدافه بينما أنت في نفس الوقت تحقق أهدافك أنت أيضا .
ضع نفسك مكان القارئ و اكتب رسالتك بوجهة نظره التي في مخيلتك أنت .

2- Courtesy and Consideration :

It means using polite and diplomatic expressions .

2- المجاملة ومراعاة شعور الآخرين :

تعني المجاملة استخدام عبارات لطيفة ودبلوماسية تراعي شعور الآخرين وتؤثر فيهم بالإيجاب أي لاتكون رسالتك هي آخر رسالة (بعدها تفقد عميلك بسبب أسلوب رسالتك اللفظ) .

3- Personalization :

Your letter should reflect your behavior at your best , they should be natural , unaffected , and direct .

3- الشخصية :

ينبغي إن تعكس رسالتك أفضل تصرف وسلوك لك كما ينبغي إن تكون رسالتك عادية ومباشرة وغير متكلف في الكلام . أي ان الرسالة التي تكتبها سوف تعكس شخصيتك للقارئ وتحدد ثقافتك وتعليمك ومهاراتك .

4- Naturalness and Sincerity :

When you sit down to write or dictate a letter try to have a genuine interest to the person you are writing to , as well as in his problems .

4- الإخلاص والصدق وعدم المبالغة :

عندما تجلس لتكتب أو تملئ رسالة حاول الحصول على اهتمام صادق مثل الشخص صاحب المشكلة التي سترسل إليه .

5- Proper Tone :

If a letter is to achieve its purpose , then its tone must be right . Before beginning to write think carefully about the way in which you want to information your reader .

5-المضمون الحقيقي :

عندما يكون مضمون الرسالة صحيح لذل فالرسالة تستطيع انجاز الغرض المطلوب منها , قبل ان تبدأ فكر جيداً بالطريقة التي تريد توصل المعلومات للقارئ .

واجب المحاضرة الأولى :

ملاحظة مهمة جداً :

يجب إرساله قبل بدء المحاضرة الثانية ب 5 ساعات على الأقل على البريد الالكتروني التالي :

ولن يقبل إي واجب إلا عبر الايميل فقط. Morsal2013i@gmail.com

السؤال الاول : ماهي انواع المراسلات مع تعريف ماذا يعني كل نوع منها ؟

السؤال الثاني : هنالك خصائص عامة للمراسلات التجارية اذكرها مع توضيح معنى كل خاصية؟ باللغة العربية والانجليزية؟