

عناية في 04.04.2020

المستوى: ماستر 1 اتصال تنظيمي

مقياس: فنيات التحرير الإداري

محاضرة 1

المحور: الوثائق المؤسسية

الموضوع: التقرير

1. تعريف التقرير
2. أهمية الحجج والبراهين
3. المقدمة والعرض والخاتمة
4. أهداف التقرير

يعدّ التقرير من أهم الوثائق الإدارية المكتوبة وترجع كلمة تقرير إلى الأصل اللاتيني REPORTARE بمعنى الاستعادة وعادة ما يتم تقديم المعلومات من الجهات الدنيا إلى الجهات العليا.

1. تعريف التقرير:

التقرير هو وسيلة اتصال مكتوبة بين طرفين أو أكثر في مستويات إدارية مختلفة ويتناول موضوعا معينا، وهو وسيلة لتبادل المعلومات كتابيا. التقرير أيضا هو وثيقة تشجّع على اتخاذ القرار من خلال نص يكون الغرض منه تحديد الموقف من المشكلة المطروحة بذكر السبب والعلّة، أو الدفاع عن وجهة نظر مع اقتراح الحل المناسب، كما يتراوح حجم التقرير من صفحة إلى عدة صفحات.

2. أهمية الحجج والبراهين: L'argumentation

إن كل تقرير يبدأ بجملته مستمد من الواقع المدروس مما يسمح بتأسيس رأي محدّد حول الموضوع، هذه القاعدة تسمح بتكوين أحسن الحلول للمشاكل المطروحة، وعند جمع الأحداث الملموسة اللازمة لإيجاد الحل نستطيع المرور إلى مرحلة التحرير.

3. المقدمة والعرض والخاتمة:

1.3 المقدمة: يقوم من خلالها المحرّر بالتفكير الملي بالرهان المواجه من طرف التقرير.

2.3 العرض: يتم من خلاله تحديد المشاكل التي ينبغي حلّها قبل عرض الحلّ.

خلال العرض تميل عملية تنظيم الأفكار إلى هدف واحد وهو استفزاز وإثارة القارئ حتى يندمج في الموضوع عبر تقديم الحجج والبراهين والأفكار، فإذا توفرت البرهنة تصير كل الفرص متوفرة لإقناع القارئ ويتم ذلك بالاعتماد على الملاحظة بالدرجة الأولى.

3.3 الخاتمة: تعمل الخاتمة على وصف ملموس للوسائل اللازمة والمسخرة لإيجاد الحلول

لهدف إعطاء قيمة للاقتراحات المقدمة.

4. أهداف التقرير: يحقق التقرير الأهداف التالية:

- ✓ وسيلة جيدة لإقناع الآخرين واستمالتهم والتأثير عليهم.
- ✓ تزويد المعنيين بالحقائق والمعلومات المطلوبة حول قضية معينة.
- ✓ وضع المسؤولين في الصورة وإطلاعهم على القضية المطلوبة بكافة جوانبها وحذافيرها.
- ✓ تفسير ظواهر معينة قد يتعلق عليها مستقبل العمل.
- ✓ صياغة أفكار جديدة مرتبطة بتطور العمل.
- ✓ توجيه متخذ القرار إلى اتخاذ القرار الأنسب.

محاضرة 2: التقرير (تابع)

5. شكل التقرير

6. شروط التقرير وأطرافه

7. أنواع التقارير

5. شكل التقرير:

يكون التقرير على شكل فقرات لا تتعدى الواحدة العشرة أسطر مع ترك سطر بين فقرتين وأخرى من أجل العمل على تنفيس النص.

يوضع عنوان لكل جزء وهو أمر ضروري يساعد على إعطاء بعض المعلومات حول المحتوى قبل القراءة. كما أن معاني العناوين في حد ذاتها يجب أن تؤطر تأطيرا جيدا حتى لا تكون مملة حيث أن العناوين الخفيفة وغير المباشرة تضيف على التقرير شكلا ومعنى أجود.

6. شروط التقرير وأطرافه:

1.6 الشروط الموضوعية:

- التجرد والحيادية وعدم تأثر التقرير برأي المحرّر.
- البساطة في التعبير والابتعاد عن الكلام المعقد.
- سلامة اللغة وتجنب الأخطاء الإملائية.
- التسلسل في عرض الأفكار.
- استخدام الوسائل المساعدة عند العرض إذا تطلب ذلك.
- الدقة في طرح الموضوع.
- التوثيق وإثبات المصادر.

2.6 الشروط الشكلية:

- استخدام ورق ذو نوعية جيدة.
- على غلاف التقرير أن يكون جذابا حتى يؤثر في نفس القارئ ويعطيه انطباعا جيدا عن التقرير.
- أن تكون الطباعة على مستوى عالي من الوضوح.

- مراعاة علامات الترقيم.
- إدراج قائمة الجداول والرسوم البيانية والهوامش والمراجع والملاحق.
- ترقيم الصفحات.

3.6 أطراف التقرير :

- محرّر التقرير: هو من يقوم بإعداد التقرير وكتابته وكلما كان مركزه عاليا زاد اهتمامه بالشروط الشكلية والموضوعية في التقرير، كما يجب على معد التقرير ان يتحلّى بالصفات والمهارات التالية:
 - الإلمام بقواعد اللغة نحوا وصرفا واملاثيا.
 - الالتزام بالإطار العام لموضوع التقرير.
 - القدرة عن الاقناع والدفاع عن رايه.
 - الحيادية في كتابة التقرير.
 - الاطلاع الواسع حول موضوع التقرير.
 - إدراك مستوى قارئ التقرير.
- قارئ التقرير: يمثل القارئ الطرف الآخر، وقد يكون شخصا أو جهة معينة وهو المستفيد من التقرير في جانب معين من عمله لمساعدته في اتخاذ قرار معين أو التخطيط.

7. أنواع التقارير :

1. تقارير التفتيش: يهتم هذا النوع من التقارير بتزويد المسؤولين بمعلومات عن طريقة سير العمل مما يمكن من تدارك الخلل الكامن وتقادي العقبات التي تصادفها المؤسسات والتنظيمات.
2. التقارير الدراسية: هي التقارير التي تتناول البحث في موضوع معين وتكون أساسية من أجل اتخاذ القرارات داخل المؤسسة، يعمل على تحريرها الخبراء بعد الاستطلاع الميداني لذلك تسمى أيضا تقارير الخبرة وتهتم بمجموعة من المواضيع كإطلاق منتج جديد أو دراسة إمكانية دخول سوق جديد على سبيل المثال.

3.التقارير التجارية: تحرّر من طرف رئيس المبيعات او المسؤول التجاري وذلك انطلاقا من عروض الحال الخاصة بالزيارات التي قام بها المندوبون التجاريون. كما تتفرع التقارير التجارية إلى تقرير التسويق والذي يعمل على تحليل أثر المنتج على الجمهور المستهلك وإبراز التطور المنتظر انطلاقا من الأهداف المحددة.

كذلك تقرير الاقتراح وهو موجه بالدرجة الأولى إلى الزبائن ويدرس حاجات الزبون وطبيعة العرض المقدم.

بالتوفيق