



روزه پنجمین کنفرانس بین المللی  
روابط عمومی ایران

سال دوم - شماره چهارم - تیر ماه - ۱۳۸۷

# رویدادهای روابط عمومی

اراں عمومی روابط  
ملد روابط

پنجمین کنفرانس بین المللی  
The 5<sup>th</sup> International Conference on  
PUBLIC RELATIONS IN IRAN

۱۴ و ۱۵ آبان ماه ۱۳۸۷

مرکز همایش های بین المللی صداوسیما

3 - 4 Nov. 2008

Tehran / Iran

## محورهای کنفرانس:

- ✓ ارایه مقالات برتر در قالب سخنرانی و پوستر
- ✓ سخنرانی مسئولین و مدیران ارشد و اساتید میهمان از داخل و خارج کشور
- ✓ برگزاری کارگاه های آموزشی
- ✓ برگزاری نشست های تخصصی
- ✓ برگزاری نمایشگاه دستاوردها و توانمندی های روابط عمومی
- ✓ ارایه تجارت موفق روابط عمومی ها
- ✓ معرفی و تجلیل از پیشکسوتان روابط عمومی
- ✓ تجلیل از تعالی گران و خیرین روابط عمومی



که امروزه بخشی از وقت مدیران سازمانی را به خود اختصاص می‌دهد که بدون یک ناظر همگانی و بدون یک حضور عمومی در ساز و کارهای اجرایی و احسان‌سازی مستولیت به مسائل که در کشور می‌گذرد امکان تحقیق سلامت سازمان وجود ندارد. در این مردم هستند که با ناظر و دخالت خود سلامت را برای سازمان‌ها به ارمنان می‌آورند؛ روابط عمومی باید فضای لازم را برای ناظر و اداره امور را فراهم کند.

دکتر احمدی نژاد گفت: مطمئن هستم با فضای خوبی که در کشور هست با ارتقاء جایگاهی که روابط عمومی پیدا می‌کند ما در آینده نزدیک شاهد برقراری یک تعامل مردم سالاری‌بین همه دستگاه‌ها و مردم می‌باشیم خواهیم بود.

- چهارم باسخگوی مستقیم است و روابط عمومی مسئول بستر سازی برای جریان یافتن این تفکر در بستر جامعه است. وی گفت: روابط عمومی باید فضای را فراهم کند و مناسباتی را رقم بزنند تا مردم بتوانند در اداره امور مشارکت تعیین کنند و داشته باشند. وی افزود: تک تک سردم مسئول اقتصاد، فرهنگ و سیاست خارجی و پاسداری از تمامی ارضی کشور هستند.

دکتر احمدی نژاد گفت: روابط عمومی باید تلاش بکند این فرهنگ را گسترش دهد و فضای را فراهم کند تا تک تک مردم در یک فضای امن نقش خود را در اداره کشور ایفا کنند. وی حفظ سلامت زامان‌ها را مهم دانست

## فهرست گزیده مطالب چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران (۱۳۸۶)

کیمیای ایران، ۱۳۸۶، سه شنبه ۹ مرداد، شماره ۲۰۲ ص. ۸

۱۹. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، همدان: روزنامه تقاضم، ۱۳۸۶، سه شنبه ۹ مرداد، شماره ۵۶۹، ص. ۱

۲۰. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، همدان: روزنامه هگمتان، ۱۳۸۶، یک شنبه ۱۴ مرداد، شماره ۵۶۶، ص. ۱

۲۱. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران و مشهد: روزنامه قدس، ۱۳۸۶، پنج شنبه ۱۱ مرداد، شماره ۵۹۹، ص. ۸

۲۲. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران، کرمانشاه: هفته‌نامه کوشش، ۱۳۸۶، سه شنبه ۱۶ مرداد، شماره ۵۳۶، ص. ۷

۲۳. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران، کرمانشاه: هفته‌نامه آواز کرانش، ۱۳۸۶، سه شنبه ۱۶ مرداد، شماره ۵۹۰، ص. ۸

۲۴. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران و مشهد: روزنامه قدس، ۱۳۸۶، سه شنبه ۱۶ مرداد، شماره ۵۶۲۸، ص. ۱

۲۵. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران: روزنامه تقاضم، ۱۳۸۶، سه شنبه ۱۶ مرداد، شماره ۵۷۵، ص. ۱

۲۶. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران، ارومیه: روزنامه اسلام، ۱۳۸۶، سه شنبه ۱۶ مرداد، شماره ۵۷۷، ص. ۱

۲۷. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، همدان: روزنامه هگمتان، ۱۳۸۶، یک شنبه ۲۱ مرداد، شماره ۱۰۰۰، ص. ۸

ادامه دارد

گلستان، گرگان: شتریه پیام خزر، ۱۳۸۶، چهارشنبه ۵۶ خرداد، شماره ۵۶

۱۰. برگزاری کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران در گلستان، نشریه استرآباد، گرگان: ۱۳۸۶، شنبه ۲۶ خرداد.

۱۱. رییس اداره روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی گرگان به عنوان نماینده چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران در گلستان، گرگان: شتریه کایر، ۱۳۸۶، شنبه ۲۶ خرداد.

۱۲. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، ارومیه: هفته‌نامه کوشش، ۱۳۸۶، شنبه ۲۶ مرداد، شماره ۵۲۴، ص. ۵

۱۳. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران، کرمانشاه: هفته‌نامه فریه‌تگان، ۱۳۸۶، یک شنبه ۲ مرداد، شماره ۵۶۴، ص. ۱۱

۱۴. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران: روزنامه اسلام، ۱۳۸۶، سه شنبه ۱۶ مرداد، شماره ۵۳۷، ص. ۲۴

۱۵. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران: روزنامه تقاضم، ۱۳۸۶، چهارشنبه ۳ مرداد، شماره ۵۶۵، ص. ۱

۱۶. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، ارومیه: هفته‌نامه آواز کرانش، ۱۳۸۶، سه شنبه ۹ مرداد، شماره ۵۷۷، ص. ۱

۱۷. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، تهران: روزنامه اسلام، ۱۳۸۶، پنج شنبه ۱۸ مرداد، شماره ۵۷۷، ص. ۱

۱۸. فراخوان ثبت نام چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، شهرکرد: هفته‌نامه آزاد اسلامی گرگان به عنوان نماینده چهارمین

دکتر احمدی نژاد:

## روابط عمومی باید فضایی فراهم کند تا مردم نقش خود را در اداره کشور ایفا کند

از منظر یک حکومت مردم سالاری دینی، مردم در ارتباط با سازمان‌ها مشتری، رقیب و طرف معامله نیستند بلکه مردم صاحب و مالک و متولی اصلی هستند.

## روابط عمومی از منظر مقام معظم رهبری



روابط عمومی از همه اداماها حکایت می‌کند یعنی سک جنبه اشرف بر بقیه دستگاه‌ها دارد؛ شما بهترین کسی هستید که می‌توانید فرد رأس دستگاه را از نظرات مستمر آحاد مردم نه بپرسید شود و نه ادامه حیات می‌دهد نظام مردم سالار دینی است و در این نظام مردم صاحبان اصلی و متولی اداره امور دستگاه را برای مسؤول دستگاه مشخص کشیده هستند.

روابط عمومی بین‌المللی روابط عمومی ایران

## دعوت به مشارکت

ستاد خبری پنجمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران به منظور آگاهی از نقطه نظرات کارشناسان، مدیران، صاحب نظران روابط عمومی و سایر علاقه‌مندان، این بخش را طراحی کرده است. علاوه‌نامه نمایندگان نظرات خود را در رابطه با سوالات ذیل و سایر سوالات مذکور از طریق پست الکترونیک در اختیار دیرخانه کنفرانس قرار دهنده تا آن‌ها در تهییه خبر، گفتگو و گزارش جهت انتشار در روزنامه‌های کلیر الاتصال، ویژه نامه کنفرانس، بویزن روزانه و سایت کنفرانس استفاده شود.

همچنین علاقه‌مندان می‌توانند نظرات شان را پیرامون «نشان و لوگو کنفرانس» در قالب یادداشت به دیرخانه ارایه نمایند.

لطفاً نظرات خودتان را فقط از طریق پست الکترونیک [info@iranpr.org](mailto:info@iranpr.org) ارسال فرمایید.

سوالات به شرح زیر است:  
۱- جایگاه روابط عمومی در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید. به نظر شما مهمترین عوامل و مواعن ارتقای آن کدامند.

۲- روابط عمومی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چه نقش‌هایی می‌تواند داشته باشد، چه نوع اقدامات و برنامه‌هایی را در این زمینه می‌کنید.

۳- عملکرد روابط عمومی خود را در زمینه فرهنگ سازی و اطلاع‌رسانی تا چه حد موفق قلمداد می‌کنید، چه موانعی در این زمینه پیش روی شما قرار دارد و چه اقدامات و ویژه‌ای در این زمینه انجام شده است.

۴- به منظور تقویت روابط عمومی در سازمانها و جلب حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد سازمان‌ها، چه پیشنهادها و راهکارهایی را توصیه می‌کنید؟ در صورت امکان تجربه خود را در این فرمایید.

۵- به نظر شما روابط عمومی‌های ایران تا چه حد به استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی گرایش دارند و چه موانعی در زمینه استفاده از روابط عمومی‌کترونیک در ایران وجود دارد.

۶- مستویات های مقابله می‌دانند، سازمانها و روابط عمومی‌ها چیست؟

۷- ارزیابی شما از نقش دولت در توسعه روابط عمومی‌ها چیست؟

# جايگاه روابط عمومي و اطلاع رسانی در اجرای سیاست های کلي اصل ۴۴ قانون اساسی

دکتر غلامرضا حیدری کرد زنگنه  
رئیس سازمان خصوصی سازی



## هدف درست - پیام درست

زنجبیره دولت، مردم، اقتصاد و رشد و توسعه در مقاطعه تاریخی با فراز و فروودهای متفاوتی همراه بوده است. نوع نگرش دولتمردان، تبیین کننده نحوه یافته این زنجبیره و توزیع کننده هر بخش، در نظام اقتصادی کشورها می‌باشد. در شایطی که اردانگان پول و ثروت را جامعه‌ای، مترادف و یا همتشین دولتمردان باشند، وزنه سهم مردم کاسته و اقتصاد را به انحصار مرد رود، در این کشورها مانی قراردادی، خط قرمزی بر هر نوع مالکیتی زده و وزنه دولت را سنتگین تر می‌سازد، ولی در نظامهایی که به روابط اقتصادی تطبیقی و عادلانه در عرصه اقتصادی اعتقاد داشته باشند، هر یک سهم مناسبی از حضور در عرصه اقتصادی دارند.

در صورت اتخاذ شوه دوم؛ حرکت شیوه و انتقال اطلاعات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این در شرایطی است که حرکت سریع اطلاعات از مختصات اجتناب نایابی این دوران... فارغ از موانع در امور تولیدی، سرمایه گذاری، مالی، خدمات و اشتغال باشد. از این منظر نیز جامعه جهانی در بعد سرمایه، مرز ندارد و سرمایه از یک طرف و اطلاعات از سوی دیگر به

- سرعت جا به جا می شوند.
- در هر صورت اطلاع رسانی با دو هدف عمله باید پیگیری شود:
- ۱- ایجاد حساسیت و افزایش ضریب غافلگیری مردم و پیش خصوصی در فعالیت های اقتصادی.
- ۲- افزایش ضریب اعتماد و اطمینان مردم به فرانکندازی اجرایی خصوصی سازی و اصلاح ساختار نظام اقتصادی در اسناد اهل اسلام و دیگران.

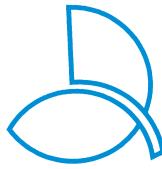
رسانید. این مسوب در سویر  
با اتخاذ خود یک از شیوه‌های فوق،  
شناخت فرهنگ و مشخصات حاکم  
بر جامعه و میزان حساسیت مردم  
نسبت به ساخته‌های اقتصادی در  
نحوه انتقال اطلاعات، حایز اهمیت  
است. به عبارتی دیگر، در صورت  
وجود تجربه فعالیت‌های اقتصادی به  
وسیله سرمایه‌گذاران کوچک و یا در  
قالب بخش‌های غیردولتی (تعاونی و  
خصوصی)، شاید نیازی به تبیین دلایل  
و توجیهات و ایجاد حساسیت در بین  
مردم نباشد و تنها انتقال شفاف اطلاعات  
مورد یاز در عرصه اقتصادی کفایت  
نماید. از سوی دیگر، در صورت حضور  
بی حد و حصر دولتها برای دهنهای  
متواالی در عرصه اقتصادی، تأثیر  
بر نامههای و پیوه توجه به مشخصه‌های  
جومां، جهت مسترسازی فرهنگی و  
ایجاد حساسیت در بین مردم ضرورتی

ی تردید اتخاذ هر  
ظام اطلاع رسانی  
باید بر مبنای  
هدف اصلی که  
همان جذب اعتماد  
و اطمینان مردم  
به این نظام است،  
قرار گیرد

# پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

۱۴ - آبان ماه ۱۳۸۷

**5th International Conference on  
Public Relations in Iran**



## بهترین روش را فراموش کن، به روش بعدی بیاندیش به مناسب سال نوآوری و شکوفایی

### نیشنست های تخصصی

- نشست تخصصی ۱: روابط عمومی های پیشرو، رهبری و مدیریت
- نشست تخصصی ۲: مسوولیت های متقابل مدیران روابط عمومی های پیشرو و مدیران سازمان های پیشرو

### زمان برگزاری کنفرانس

پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران در روزهای ۱۳ و ۱۴ آبان ماه ۱۳۸۷ برگزار می شود.

### مکان برگزاری

مکان برگزاری کنفرانس، «مرکز همایش های بین المللی صداوسیما» می باشد.

### گواهی شرکت در کنفرانس

با توجه به اعتبار و جایگاه این کنفرانس به شرکت کنندگانی که در کنفرانس حضور کامل داشته باشند، گواهی شرکت در کنفرانس اعطاء می شود.

### زبان کنفرانس

زبان کنفرانس فارسی، انگلیسی است و ارایه مقالات و سخنرانی ها به رو دو زبان انگلیسی و فارسی امکان پذیر می باشد.

### اقامت

کمیته اجرایی کنفرانس امکاناتی برای اقامت ندارد ولی در جهت تسهیل و کمک به اسکان شرکت کنندگان همراهانگی های لازم را برخی از هتل ها به عمل آورده است. علاوه از جمله این هتل با دبیرخانه کنفرانس تماس حاصل نمایند. آخرین مهلت رزرو هتل: ۱۳۸۷/۶/۳۰

### حامیان کنفرانس

علاوه بر حامیان ثبت شده، موسسات و شرکت های علاقمند به معرفی خود به عنوان حامیان مادی و معنوی این حرکت علمی و ملی می توانند جهت همراهانگی با دبیرخانه کنفرانس تماس حاصل فرمایند.

### برنامه های کنفرانس

- انتشار کتاب راهنمای کارگزار روابط عمومی: این کتاب در نظر دارد به عنوان یک مرجع بروز و قابل استفاده برای بهره برداری مدیران و کارشناسان دستگاه های اجرایی و شرکت های خصوصی و دولتی به اینها اطلاعات دقیق ادارات و واحد های روابط عمومی سراسر کشور پرداخته و با اینجاد یک بانک اطلاعات قوی آنلاین در دسترس علاقه مندان قرار گیرد.

### انتشار «راهنمای روابط عمومی»:

- مهمترین نتیجه کنفرانس، تهیه کتابچه «راهنمای روابط عمومی» تحت عنوان برنامه عمل است که شامل بیان مشکلات بر اساس اولویت و

- از مهمتر، ارایه راهکارهای مناسب برای حل آنها می باشد. در این کتابچه قطعاً می بایست ریشه ایجاد این عقب ماندگی و مشکلات را

- نیز مطرح کرد تا بتوان به سوی حل آنها قدام برداشت.

### تغییرات کنفرانس

- تغییرات کنفرانس از مدیران روابط عمومی: تهیه و امضای طومار توسط شرکت کنندگان، تاکیدی بر پشتیبانی همه جانبی مدیران و کارشناسان روابط عمومی خواهد بود که برای مسوولین کشور در همه رده ها ارسال خواهد شد.

### نمایش فیلم کوتاهی از جایگاه و نقش مدیریت روابط عمومی در ایران

- معرفی و تقدیر از مقالات برتر

### معرفی و تجلیل از پیشکشان روابط عمومی و اهداء جایزه و تندیس دکتر حمید نقطی پادر روابط عمومی نوین

- معرفی و تجلیل از تعالی گران و خیرین روابط عمومی

### از ارایه ۴ عنوان کارگاه آموزشی نیم روزه توسعه اسناید داخلی و خارجی

- ارایه ۲ تجربه موفق سازمان های داخلی در زمینه مدیریت روابط عمومی و مدیریت در روابط عمومی

### از ارایه ۲ نیشنست تخصصی برگزاری ۲ نیشنست تخصصی

- برگزاری نمایشگاه دستاوردها و توانمندی های روابط عمومی

### ویژگی های آموزشی کنفرانس

- ارایه تجربه سازمان ها و شرکت های موفق در زمینه مدیریت روابط عمومی

### از ارایه مطالعات موردی، مثال های و مصاديق عینی

- برگزاری نمایشگاه اطلاع رسانی کنفرانس

### ترجمه هم زمان مطالب ارایه شده

### کنندگان

### ثبت اسامی و مشخصات شرکت کنندگان در

### سی دی، کابچه و پایگاه اطلاع رسانی کنفرانس

### ترجمه هم زمان مطالب ارایه شده

### ویژگی های آموزشی کنفرانس

### از ارایه تجربه سازمان ها و شرکت های موفق

### ایرانی و خارجی در حوزه روابط عمومی

### از ارایه مطالعات موردی، مثال های و مصاديق عینی

### فرام نمودن زمینه پرسش و پاسخ

### از ارایه دستاوردها و ایده های کاربردی

### کنفرانس در قالب یک راهنمای و برنامه عمل

### اهداف کنفرانس

- فراهم نمودن بستر مناسب برای کنکاش، تبادل افکار و اندیشه های استادان، مدیران و کارشناسان روابط عمومی

- فراهم آوردن فضای مناسب برای آشنایی، دانشگاه ها، سازمان ها و شرکت های داخلی و خارجی از گردشگری و توریسم، مدیران علمی با یکدیگر

- واقعی نمودن مسیر تحقق ارتقای جایگاه مدیران روابط عمومی در ساختارهای سازمانی و اجتماعی

- پسترسازی برای استفاده از اصول مدیریت نوین روابط عمومی در توسعه حرفه ای، سازمانی و اجتماعی

- معرفی نقش مدیران روابط عمومی در برنامه ریزی ها و تصمیم گیری های سازمانی و اجتماعی

- ارایه و نمایش دستاوردها و توانمندی های روابط عمومی های کشور

- ارایه الگوهای و مدل های کاربردی مبتنی بر آموزه های بومی و دینی

### مخاطبان کنفرانس

- متخصصان مدیران و کارشناسان روابط عمومی، ارتباطات، تبیغات، فناوری اطلاعات، مدیریت و صنایع

- کارکنان ادارات روابط عمومی شرکت ها، سازمان های دولتی و خصوصی

- مدیران و روسای سازمان های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور

## دستورالعمل های مربوط به مطالب ارسالی برای نشریه کارگزار روابط عمومی

- نیازمند توضیف از طریق تصویر، نمودار و جدول است یا بدین طبق مشخص شود. هنگامی که متن اسنالی دارای ضمیمه ای بیش از یک عکس، نمودار یا جدول باشد، نویسنده باید به طور شفاف بیان کند که جایگاه هر یک از تصاویر، نمودارها یا جدول ها در متن کجاست.
- اگر نویسنده گان بخواهند مرتبه تصویری و آکادمیک آنان در کتاب مقاله قید شود باید به هنگام ارسال مطالب به نحوی مناسب رتبه تصویری و یا شغلی خود را تهیه کند و آنان را برای سردبیر ارسال دارند.
- کلیه مطالبی که به طور آکادمیک تهیه گردیده اند این مقاله آورده شود.

- در نشیره فقط نشانه های نقطه و ویرگول استفاده شود. از به کار گیری نشانه های نقطه گذاری نامتعارف دیگر خودداری کنید.

- به طور کلی در نشیره از پایه ای و فهرست نمی کنیم. در پایان هر مقاله، نویسنده باید فهرست مرجع خود را بنویسد و در متن نیز با گذاشتن

- نشانه و یا عدد موارد مربوط به ارجاع به فهرست مرجع را مشخص کند. این دستورالعمل را باید حتی در نشیره از پایه ای و فهرست

- تصاویر، نمودارها و جداول مربوط به این مقاله را موارد خاص نیز رعایت کرد.

- تصاویر، نمودارها و جداول مربوط به این مقاله را موارد خاص نیز رعایت کرد.

- افاده دقت کنند که در ارسال مقالات، نقد و خلاصه کتابها و دیگر نامه های خود به نشیره کارگزار روابط عمومی موارد زیر را در نظر بگیرند:

- تمامی مطالب باید در قالب فایل word به سیستم ایمیل ارسال شود.

- آدرسی که باید ایمیل ها را به آن ارسال کرد info@iranPR.org

- زبان فارسی است و باید آئین نگارش زبان فارسی به طور کامل رعایت شود و از آوردن اصطلاحات خارجی که معادل دقیق و پذیرفته شده در زبان فارسی دارند خودداری شود.

# فراخوان مقاله پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

۱۴-۱۳ آبان ماه ۱۳۸۷

- نگاهی مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛  
کاربردها و دستاوردها
    - برنامه ریزی و ارزیابی برنامه ها و فعالیت ها
    - همسوسازی فعالیت ها با استراتژی ها و برنامه های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت سازمان
    - ارزیابی و مدیریت عملکرد مدیران سازمان و روابط عمومی
  - نگاهی مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛  
شوهها و روش ها
    - مدیریت و مهندسی مجدد سیستم ها و فرآیندها از طریق استقرار نظام بهره وری
    - اصلاح ساختار و تشکیلات سازمانی
    - استقرار سیستم های مدیریت کیفیت و تعالی سازمانی
  - نگاهی مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛  
بستر های حقوقی، استراتژی ها و نوادری های نظام یافته
    - مدیریت منابع انسانی و نقش سرمایه های مدیریتی در روابط عمومی
    - شناسایی، تحلیل و اصلاح فرآیندهای پشتیبان مدیران روابط عمومی
    - بومی سازی استراتژی ها و تکنیک های روابط عمومی و مدیریت سازمان های دانایی نوادری
    - نوادری در مدیریت و بازنگری استراتژی ها و تکنیک های مدیریتی روابط عمومی با تأکید بر نقش مدیران ارشد سازمان ها، مدیران و کارشناسان روابط عمومی، این جمی های علمی و صنعتی
    - مدیریت روابط عمومی، میانجیان و میانجیان
  - نگاهی مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛  
بسیاری از چالش های پیش رو
    - مدیریت اعتماد، تصویرسازی و مسوولیت اجتماعی
    - روابط عمومی و مدیریت ریسک شهرت
    - روابط عمومی، مدیریت وجهه بین المللی، قوانین و ایران
- تفاوت اهمیت دارد؟
- مدیریت در روابط عمومی های پیش رو؛  
جاگاه، فعلی و جهت گیری های جدید
  - مدیریت منابع انسانی و نقش سرمایه های مدیریت در روابط عمومی های پیش رو
  - مدیریت روابط عمومی و مهارت های مشاوره مدیریت روابط عمومی و مدیریت سازمان های دانایی محور (یادگیرنده) و چالش های پیش رو
  - مدیریت از طریق ارتباطات، مدیریت ارتباطات اجتماعی
  - روابط عمومی، مدیریت و ارتباطات بحران
  - مدیریت اعتبار، تصویرسازی و مسوولیت اجتماعی
  - روابط عمومی و مدیریت ریسک شهرت
  - روابط عمومی، مدیریت وجهه بین المللی و ایران
- محور اول
- الف- نقد و ارزیابی نوادری ها
  - ب- ابعاد نقد و ارزیابی شامل:
  - ضرورت، اهمیت و اولویت
  - مبانی، اصول و رویکرد
  - تناسب با تحولات در سطح ملی و بین المللی
  - کیفیت اجرا و نتایج حاصل از اجرا (ارزشیابی)
  - ب- تبیین و ارزیابی تجربه های نوادرانه برخاسته از عمل
- محور دوم
- ارایه طرح ها و دیدگاه های جدید برای ارتقای کیفیت برنامه ها و طرح ها و افزایش میزان اثربخشی آن
  - الف- طرح ها و دیدگاه های معطوف به قلمرو برنامه
  - ب- طرح ها و دیدگاه های معطوف به عوامل تاثیرگذار از جمله:
  - دو زبانگی
  - فناوری اطلاعات و ارتباطات
  - جهانی شدن
  - دنیای کسب و کار
- رعایت دستورالعمل های تهیه مقاله الزامی است.
- نشانی دریافت راهنمای تهیه و ارسال مقالات: [www.ipcr.ir](http://www.ipcr.ir)
- محورهای اصلی
- نگاه مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛  
جاگاه و نقش ها
  - جاگاه مدیریت روابط عمومی و مدیریت در روابط عمومی در سازمان های دولتی و خصوصی
  - شناسایی و تبیین نقش و جاگاه مدیریت روابط عمومی در سازمان های دولتی و خصوصی
  - مدیریت روابط عمومی، آموزش و توسعه حرفاء و سازمانی
  - مدیریت روابط عمومی، تحقیق، توسعه و نوآوری
  - مدیریت روابط عمومی، سرمایه گذاری و اقتصاد
  - مناسبات مدیران سازمان و مدیران روابط عمومی
  - نظام انتخاب و انتصاب مدیران روابط عمومی
  - امنیت شغلی، حقوقی و رفاهی مدیران روابط عمومی
- نگاه مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛  
جاگاه و نقش های جدید
- رهبری روابط عمومی در برابر مدیریت روابط عمومی: تفاوت در چیزت و چرا این

## دیر خانه پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

### مشخصات و خلاصه سوابق نویسنده / نویسنده

در صورت امکان اطلاعات لازم در فرم ذیل تایپ شود، در غیر این صورت با خط خوانا نوشته شود.

عنوان مقاله:	
محور اصلی مقاله را با مطالعه محورهای اصلی مشخص فرمایید. ( فقط یک محور): کمیته:	
ارایه کننده مقاله (در صورت پذیرش)	مکاتبات با این نویسنده انجام خواهد شد
نام و نام خانوادگی کامل نویسنده اول مقاله: نامنامنی:	نام و نام خانوادگی کامل نویسنده اول مقاله: نامنامنی:
استان:..... خوبیان:..... صندوق پستی:..... تلفن محل کار:..... تلفن همراه:..... آدرس پست الکترونیک:.....	استان:..... شهرستان:..... پلاک:..... کوچه:..... کد پستی:..... فکس محل کار:..... تلفن منزل:..... آدرس پست الکترونیک:.....

مشخصات نویسنده / نویسنده (تجویه: رعایت ترتیب الزامی است):

امضاء	سازمان متبع	رشته	آخرین مدرک تحصیلی	نام و نام خانوادگی نویسنده	نویسنده
					اول
					دوم
					سوم
					چهارم
					پنجم

مشخصات ارایه دهنده مقاله:

خلاصه سوابق تجربی
تالیفات:

اعلام آمادگی جهت ارایه / چاپ مقاله:

اینچنان برای ارایه مقاله به صورت سخنرانی آمادگی کامل دارم
اینچنان برای ارایه مقاله آمادگی لازم را نداشته و درخواست چاپ مقاله را در مجموعه مقالات کنفرانس دارم
اینچنان برای ارایه مقاله به صورت پوستر آمادگی دارم

تعهدنامه (پر کردن این قسمت الزامی است):

اینجانب ..... تعهد می نمایم مقاله فوق الذکر در هیچ کنفرانس و یا نشریه های چاپ یا ارایه نشده است، در صورت پذیرش در پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران تا قبل از ارایه در این کنفرانس در مجله دیگری کنفرانس در ارسال کنم، قبل از اجازه دیر خانه کنفرانس را دریافت خواهم کرد.
نام و نام خانوادگی: ..... تاریخ: ..... امضاء: .....

- خواهشمند است در صورت عدم دریافت تاییدیه ثبت نام حاکم پک هفته پس از ارسال مدارک، با دیرخانه تماس حاصل نماید.

#### ظرفیت پذیرش

- حاکم طرفیت پذیرش: ۶۰۰ نفر

#### شهروند ثبت نام

- شهروندی ثبت نام مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰ ریال معادل سی هزار تومان بوده و بعد از این تاریخ، پنجاه هزار تومان به هزینه ثبت نام اضافه می‌گردد.

(در صورت وجود ظرفیت خالی)

#### مدارک ثبت نام

- کاربرگ تکمیل شده ثبت نام - فیش با حواله واریزی

- نحوه ثبت نام / مشخصات بانکی / انصراف و جایگزینی

علاقمندان به شرکت در کنفرانس می‌توانند شهریه ثبت نام را به حساب سپهر شماره ۳۰۸۴۸۷۹۶۰۸ پرداخت کنند.

بانک صادرات شعبه میلاد نور کد ۴۴۱۰ بنام ستد

برگاری کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران واریز و فیش بانکی را به نشانی دیرخانه ارسال نمایند.

خواهشمند است مشخصات پرداخت کنند و شماره فیش باشند که می‌باشد به صورت

امکان دارد در ثبت نام وقفه پیش آید.

▪ ثبت نام قطعی منوط به ارسال فرم تکمیل شده ثبت نام به همراه کیفی فیش بانکی می‌باشد.

▪ پس از ارسال فرم تکمیل شده ثبت نام به همراه کیفی فیش بانکی، دیرخانه کنفرانس نسبت به ارسال تاییدیه ثبت نام اقدام می‌نماید.

- نگاهی مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛ مطالعات موردی و نمونه های موفق

اخلاقی و سازمانی استقرار مدیریت تخصصی روابط عمومی پیش رو

بررسی و ارایه تجارب مدیران موفق روابط عمومی های پیش رو

اصداقی علمی و کاربردی از به کارگیری استراتژی ها و تکنیک های مدیریتی روابط عمومی با تأکید بر تجربیات موفق و قابل پیاده سازی در روابط عمومی و تجربیات ناموفق و ریشه یابی علل ناکامی ها

▪ چشم انداز مدیریت روابط عمومی پیش رو در ایران ۱۴۰۴

▪ نگاهی مدیریتی به روابط عمومی پیش رو؛ چالش ها و فرصت ها

▪ نظام انگیزشی و اختیارات مدیران روابط عمومی

▪ نظام پاسخگویی مدیران ارشد سازمان و روابط عمومی

▪ نظام کنترل، نظارت و ارزیابی

## فرم درخواست معرفی توافقنامه ها

### در ویژه نامه و کتاب اختصاصی ویژه کنفرانس بین المللی روابط عمومی

این کتاب و ویژه نامه با چاپ نفیس در تیرما ۵۰۰۰ نسخه توزیع خواهد شد و به عنوان تنها مرجع اختصاصی روابط عمومی کشور، علاوه بر توزیع در کنفرانس و نمایشگاه تخصصی، در اختیار مراکز مرتب قرار خواهد گرفت.

خواهشمند است با توجه به این که طراحی در آتیه ستد نمایشگاه انجام می شود، می بایست کلیه مشخصات فنی ذیل رعایت و طبق زمان بندی اعلام شده به ستد نمایشگاه ارسال نماید.

▪ هزینه حضور در پخش اطلاعاتی ۴۰۰/۰۰۰ ریال.

▪ هزینه حضور در پخش صفحات تمام رنگی ۳۰۰/۰۰۰ ریال.

▪ هزینه پشت جلد کتاب ۹۰/۰۰۰ ریال می باشد که ستد در انتخاب یکی از شرکت های مقاضی با توجه به اولویت درخواست عمل خواهد نمود.

▪ پرداخت و چه: به شماره سپهر ۳۰۸۴۸۷۹۶۰۸ پاکیزه میلاد نور کد ۴۴۱۰ به نام ستد برگاری کنفرانس بین المللی روابط عمومی واریز و فیش بانکی را به نشانی ستد اجرایی ارسال نمایند. ثبت نام قطعی منوط به ارسال فرم تکمیل شده ثبت نام به همراه کپی فیش بانکی می باشد.

▪ هزینه ثبت نام ۱۵ می باشد.

▪ کلیه صفحات به صورت گلاسه می باشد.

▪ صفحات اطلاعاتی به صورت تک رنگ و صفحات تبلیغاتی به صورت چهار رنگ

#### نکات مهم

▪ آخرین مهلت ارسال این فرم ۸۷/۷/۱ می باشد و ارسال کلیه اطلاعات فوق الذکر باید حداقل ظرف ۱۰ روز پس از ارسال این فرم صورت پذیرد.

▪ در صفحات اطلاعاتی کلیه اطلاعات شرکت در محیط Word تایپ شده باشد.

▪ در صفحات تمام رنگی کلیه صفحات با فرم TIFF با ۳۰۰ dpi Resolution باشد

▪ اضافی این درخواست و دریافت آن توسط ستد برگاری به منزله موافقت متقاضی جهت پرداخت کلیه هزینه های مربوطه می باشد. این درخواست توسط متقاضی قابل فسخ نمی باشد. هزینه های پرداخت شده با بت درخواست های فسخ شده، عورت داده نخواهد شد.

▪ نام و نام خانوادگی: ..... مهر و امضای معنی ..... تاریخ: .....

▪ اطلاعات شرکت ها:

نام شرکت:	تلفن:
نام مدیر عامل:	نام:
نام مدیر روابط عمومی:	ایمیل و وب سایت:
آدرس:	
فایل:	



علقۀ مندان به شرکت در کنفرانس می‌توانند شهروندی ثبت نام را به شماره حساب سپهر ۳۰۸۴۸۷۹۶۰۸ پاکیزه میلاد نور کد ۴۴۱۰ بنام ستد برگاری کنفرانس بین المللی روابط عمومی واریز و فیش بانکی را به نشانی ستد اجرایی ارسال نمایند. ثبت نام قطعی منوط به ارسال فرم تکمیل شده ثبت نام به همراه کپی فیش بانکی می باشد.

▪ ظرفیت پذیرش: ۶۰۰ نفر

▪ شهریه ثبت نام: مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰ ریال معادل ۵۰۰۰۰۰ ریال پنهانی و پنجاه هزار تومان و بعد از این تاریخ ۱۴۰۴/۶/۳۱ در صورت امکان پذیرش:

▪ آنچه مبلغ ثبت نام ۱۴۰۴/۶/۳۱ می باشد.

▪ مدارک ثبت نام: فرم تکمیل شده ثبت نام، فیش یا حواله واریزی.

▪ نکته مهم: در صورت اتصال فر از ثبت نام ۱۴۰۴/۶/۳۱ روز مانده به تاریخ برگزاری کنفرانس ۵ درصد وجه عودت داده خواهد شد. در صورت اتصال فر از زمان مکتمل از ۱۴۰۴/۶/۳۱ روز به تاریخ برگزاری، هیچگونه وجه مسترد نخواهد شد.

▪ همچنین علاقمندان جب تا حضور و اطلاعات بیشتر از نمایشگاه تخصصی می توانند با شماره های ستد اجرایی تماس حاصل فرمایند.

## فرم ثبت نام

### داوطلب

نام (فارسی):

نام خانوادگی (فارسی):

شرکت / سازمان (فارسی):

### تحصیلات

رشته تحصیلی:

دانشگاه محل تحصیل:

### آدرس

شهر:

استان:

کد شهر:

تلفن:

کد پستی:

نشانی:

پست الکترونیکی:

ثبت نام اینچنان توسط سازمان / شرکت ..... انجام می پذیرد و هزینه شرکت در کنفرانس توسط سازمان / شرکت پرداخت می گردد.

ثبت نام به صورت شخصی و توسط اینچنان آقای / خانم ..... انجام می گیرد.

تاریخ و شماره فیش / چک: ..... انجام می گیرد.

▪ مهر و امضاء:

▪ نام و نام خانوادگی:

▪ تاریخ:

▪ دیگر خانوادگی: شماره پیامک: ۰۹۱۳۹۳۸۴۱۹: شماره پیامک: ۰۳۰۰۷۱۵۷۳

▪ ستد اجرایی: تلفن: ۰۲۱۳۶۹۴۴ / info@ICPR.ir

▪ تاریخ اجرایی: تلفن: ۰۲۱۳۶۹۴۴

▪ تاریخ اجرایی: تلفن: ۰۲۱۳۶۹۴۶ / ۰۲۱۳۶۶۹۱۶۰ / ۰۲۱۳۶۶۹۱۱۱ / ۰۲۱۳۶۶۹۴۳۳

▪ تاریخ اجرایی: تلفن: ۰۲۱۳۶۶۹۷۷۸۹

## جهان روابط عمومی

## مواجهه کشورهای چندملیتی با بحران روابط عمومی

موسات و شرکت‌های چند ملیتی در کشور چین با بحران روابط عمومی مواجه شده‌اند. بر طبق گزارش‌ها، اغلب مردم در چین توجه چنانی به روابط عمومی شرکت‌ها ندازند.

طبق گزارش گروه مشاور و تحقیقات هوایزن و شیکه تجارت چین، سومین سال پیاپی است که استقبال مردم از موسات چند ملیتی در چارچوب توافقی مدیریت روابط عمومی کاهش یافته است.

این گزارش حاصل یک نظر سنجی از ۲۲۸۵ نفر افراد بین ۶۰ تا ۷۳ سالگان شهراهی پکن، شانگهای و ۵ شهر دیگر علاوه بر مدیران اجرایی ۴۲۰ شرکت مهم است. پاسخ دهدگان از ۱۰۰ امتیاز، ۷۹/۳۴ امتیاز به نوونه شرکت‌های چند ملیتی، ۷۷/۴۴ امتیاز به نوونه‌های تولیدی و ۷۳/۴۴ امتیاز به روابط عمومی دادند.

در سال ۲۰۰۶ نرخ هر سه دسته فوق ۰/۵٪ تا ۰/۰٪ تنزل داشت. در این سال شرکت‌های چند ملیتی به خاطر چند رسواوی کیفیتی که در سال ۲۰۰۵ تحت نامهای شناخته شده برون مرزی رخ داده بود، چار این سقوط شدند.

طبق گزارش‌ها "این کاهش نشان می‌دهد که شرکت‌های چند ملیتی برای تمرکز بر امور روابط عمومی با مشکل مواجه شده‌اند. آنها باید کفیت محصولات شان را بهبود بخشدند تا تائیرگذاری بیشتری داشته باشند." (شانگهای، دیلی ۲ فوریه ۲۰۰۸)

## جايزه سندان نقره‌ای

سندان نقره‌ای به آن دسته از شرکت‌های رقیب در عرصه روابط عمومی اعطاء می‌شود که با بهره گیری از قابلیت‌های حرفاوی ایده‌آل، قدرت تحلیل و ابتکار، یک مساله ارتقابی را مورد بررسی قرار داده‌اند. سندان، سمبول استحکام و پایه‌جایی افکار و عقاید عمومی است.

## تقدیر از چهره‌های ماندگار روابط عمومی

## تولد چهار جایزه روابط عمومی

نهضتی همزمان با برگزاری سومین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران در سال ۱۳۸۵ برگزار شد و جایزه مذکور به دکتر عبدالله جاسی رسیس دانشگاه آزاد اسلامی اهدا گردید.

طبق گزارش گروه مشاور و تحقیقات هوایزن و شیکه تجارت چین، سومین سال پیاپی است که استقبال مردم از موسات چند ملیتی در چارچوب توافقی مدیریت روابط عمومی کاهش یافته است.

این گزارش حاصل یک نظر سنجی از ۲۲۸۵ نفر افراد بین ۶۰ تا ۷۳ سالگان شهراهی پکن، شانگهای و ۵ شهر دیگر علاوه بر مدیران اجرایی ۴۲۰ شرکت مهم است. پاسخ دهدگان از ۱۰۰ امتیاز، ۷۹/۳۴ امتیاز به نوونه شرکت‌های چند ملیتی، ۷۷/۴۴ امتیاز به نوونه‌های تولیدی و ۷۳/۴۴ امتیاز به روابط عمومی دادند.

در سال ۲۰۰۶ نرخ هر سه دسته فوق ۰/۵٪ تا ۰/۰٪ تنزل داشت. در این سال شرکت‌های چند ملیتی به خاطر چند رسواوی کیفیتی که در سال ۲۰۰۵ تحت نامهای شناخته شده برون مرزی رخ داده بود، چار این سقوط شدند.

طبق گزارش‌ها "این کاهش نشان می‌دهد که شرکت‌های چند ملیتی برای تمرکز بر امور روابط عمومی با مشکل مواجه شده‌اند. آنها باید کفیت محصولات شان را بهبود بخشدند تا تائیرگذاری بیشتری داشته باشند." (شانگهای، دیلی ۲ فوریه ۲۰۰۸)

نهضتی همزمان با برگزاری سومین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران در سال ۱۳۸۵ برگزار شد و جایزه مذکور به دکتر عبدالله جاسی رسیس دانشگاه آزاد اسلامی اهدا گردید.

نهضتی همزمان با برگزاری پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران در سال ۱۳۸۶ برگزار شد و جایزه مذکور به پروفوسر حسام الدین بیان و میرزا بابا مهری نژاد نایب رئیس اتحاد روابط عمومی ایران اهدا گردید.

## ۱- جایزه و تندیس رسانه برتر

جایزه و تندیس رسانه برتر به رسانه‌ها و نویسنده‌گان تعلق می‌گیرد که بیشترین فضای روابط عمومی ایران می‌گذرانند. این سال انتشار این اطلاعات تخصصی روابط عمومی اختصاص می‌دهند.

## ۲- جایزه و تندیس رسانه برتر

جایزه و تندیس رسانه برتر به رسانه‌ها و نویسنده‌گان تعلق می‌گیرد که بیشترین فضای روابط عمومی ایران می‌گذرانند. این سال انتشار این اطلاعات تخصصی روابط عمومی اختصاص می‌دهند.

## ۳- جایزه و تندیس دکتر حمید نطقی پدر

روابط عمومی نوین ایران دکتر حمید نطقی (۱۳۷۸-۱۴۹۹)، بنیانگذار روابط عمومی نوین ایران، برای مهیشه طرز تغیر روابط عمومی ایران می‌گذرانند. این سال انتشار این اطلاعات تخصصی روابط عمومی برگزار شده علوم ارتباطات اجتماعی، که خود در شکل دهنی آن نقش بسزایی داشت به ترتیب نیروهای مواف، خوشکن، مردم دوست و آشنا به مبانی ارتباطات انسانی و اجتماعی پرداخت.

## ۴- جایزه و تندیس تلاشگران روابط عمومی

جایزه و تندیس تلاشگران روابط عمومی نمایندگان کنفرانس در استان‌ها که تلاش خود را در جهت همگانی کردن علم و دانش روابط عمومی

و نفوذ آن در لایه‌های مختلف جامعه از طریق

رسانه‌ها و امکانات محلی به کارمند گیرند اهدا می‌شود.

اوین مراسیم اهداه این جایزه در سال ۱۳۸۵

نهضتی همزمان با برگزاری سومین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

به پروفوسر حسام الدین شیری دائمی و جعفر مزاجات نمایندگان کنفرانس در استان‌های کردستان،

گلستان، سمنان و همدان اهدا شد.

دوین مراسیم اهداه این جایزه در سال ۱۳۸۶

نهضتی همزمان با برگزاری چهارمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

به پروفوسر جیمز گرانیگ استاد بزرگ ارتباطات نمایندگان کنفرانس در استان‌های کردستان،

گلستان و همدان اهدا شد.

برگزاری دوین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران در سال ۱۳۸۴

نهضتی همزمان با برگزار شد و این جایزه به

پروفوسر جیمز گرانیگ استاد بزرگ ارتباطات نمایندگان کنفرانس در استان‌های کردستان،

گلستان و همدان اهدا شد.

برگزاری دوین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران برای این اهداء

پژوهه ها و ... در حمایت از روابط عمومی

مراسیم اهداه سومین دوره جایزه دکتر حمید

## روابط عمومی

(۳) تعداد سخنرانی‌های ارایه شده در

همایش‌های علمی در زمینه روابط عمومی

(۴) تعداد اعضا این انجام شده در خصوص

گسترش فرهنگ روابط عمومی

(۵) انتشارات، تبلیغات، اطلاع‌رسانی و ... در

زمینه روابط عمومی

(۶) آموزش (حداکثر ۴۰ امتیاز)

(۷) میزان آموزش‌های ارایه شده در زمینه

روابط عمومی

(۸) میزان پژوهش‌های از پژوهش‌های انجام شده

و کاریست یافته‌های پژوهشی

(۹) مهارت‌های روابط عمومی

(۱۰) مهارت‌های این انجام شده در زمینه سایر

مهارت‌های روابط عمومی

## اول - مقررات و حامیان:

الف: حمایت‌های فرهنگی و ترویجی

فرهنگ سازی (حداکثر ۴۰ امتیاز)

(۱) میزان آموزش‌های ارایه شده در

گسترش فرهنگ روابط عمومی

(۲) انتشارات، تبلیغات، اطلاع‌رسانی و ... در

زمینه روابط عمومی

(۳) آموزش (حداکثر ۶۰ امتیاز)

(۴) میزان آموزش‌های ارایه شده در زمینه

روابط عمومی

(۵) میزان پژوهش‌های از پژوهش‌های انجام شده

و کاریست یافته‌های پژوهشی

(۶) مهارت‌های روابط عمومی

(۷) مهارت‌های این انجام شده در زمینه مالی

ب- حمایت‌های مالی (حداکثر ۷۰ امتیاز)

(۱) حجم، میزان و تعداد سرمایه‌گذاری انجام

شده در حمایت از همایش‌ها و گردشگری‌های

علمی

(۲) حجم، میزان و تعداد سرمایه‌گذاری انجام شده

در حمایت از فعالیت‌ها و برنامه‌های روابط عمومی

(۳) معیارهای سرمایه‌گذاری در حمایت از

همایش‌ها، فعالیت‌ها و برنامه‌های روابط عمومی

(۴) سهولت پرداخت و دسترسی به منابع مالی

در اختصاص یافته

پشتیبانی (حداکثر ۳۰ امتیاز)

(۱) تامین فضای فیزیکی، سالن‌ها و محل‌های

برگزاری همایش‌های روابط عمومی

(۲) امکانات اطلاع‌رسانی تخصصی یافته

(۳) سایر امکانات پشتیبانی قابل ارایه به

جزیران‌های روابط عمومی

(۴) این جایزه در سال ۱۳۸۳ پایه گذاری و در

دسته گروه حقوقی - اجرایی

(۱) حمایت‌های انجام شده در زمینه بهره‌گیری

از قوانین، آینین نامه‌ها، بخشنامه‌ها و ... در جهت

حمایت از فعالیت‌ها و برنامه‌های روابط عمومی

(۲) حمایت‌های انجام شده در زمینه تأثیر

قوانین، آینین نامه‌ها، بخشنامه‌ها، ایده‌ها،

پژوهه ها و ... در حمایت از روابط عمومی

(۳) زیرگروه علمی

(۴) تعداد عنایون کتب تالیفی منتشر شده در

زمینه روابط عمومی

(۵) تعداد عنایون مقالات منتشر شده در زمینه

## نمایشگاه دستاوردها و توانمندی‌های روابط عمومی پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

به منظور معرفی دستاوردها و توانمندی‌های سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و خصوصی در زمینه روابط عمومی، نمایشگاه جانشیزی پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران برای این اهداء

شروع شد و این اهداء در زمینه تأثیر

نمایشگاه در روزهای برگزاری کنفرانس

دایر بوده و مسود باید مدد میران و کارشناسان

روابط عمومی قرار خواهد گرفت. شرکت‌هایی که

عالقمدند به داشتن غرفه در نمایشگاه می‌باشند

که با صلاحیت تاریخ ۷/۷/۷۲۱ با دیگرخانه کنفرانس

تماس حاصل نمایند.

او لویت می‌باشند.

- ارایه عملکرد شایسته و برتر روابط عمومی‌های

- پلان نمایشگاه و سایر موارد پس از تماس با

دیگرخانه ارسال می‌گردد.

## سخنران اصلی کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

عملیاتی شبکه TRACCS-SACCS

دکتر شهرزاد صادری، مشاور، مربی و

تسهیلگر بین المللی

زلمیر کستوچیک، دکترای روابط عمومی

با گرایش روابط عمومی در اداره پلیس و

استادیار مدیریت بحران

پروفوسر یوحی کمالی پسر، ریس

دپارتمان ارتباطات و هنرهای خلاق

دانشگاه پوردو آمریکا

پروفوسر حمید مولانا، استاد روابط

بین الملل و مؤسس و ریس بنامه

مطالعات ارتباطات جهانی دانشگاه

امریکن، واشنگتن دی سی

هارون سوچیگ، نایب ریس و مدیر

فراهم آوردن فرصت دسترسی به اطلاعات

مورد نیاز برای شرکت کنندگان کنفرانس

ایجاد ارتباط بین واحدهای روابط عمومی

شرکت‌های انجمن، افراد حقیقی و شرکت‌های

بنی‌مللی روابط عمومی ایران برای خواهد شد.

نمایشگاه در روزهای برگزاری کنفرانس

دایر بوده و مسود باید مدد میران و کارشناسان

روابط عمومی قرار خواهد گرفت. شرکت‌هایی که

عالقمدند به داشتن غرفه در نمایشگاه می‌باشند

باید حداکثر تاریخ ۷/۷/۷۲۱ با دیگرخانه کنفرانس

تماس حاصل نمایند.

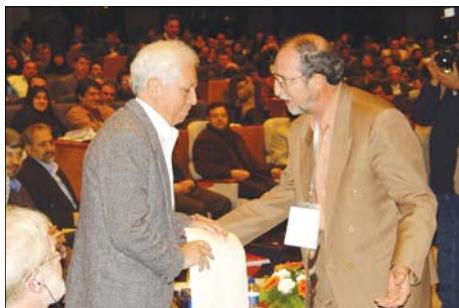
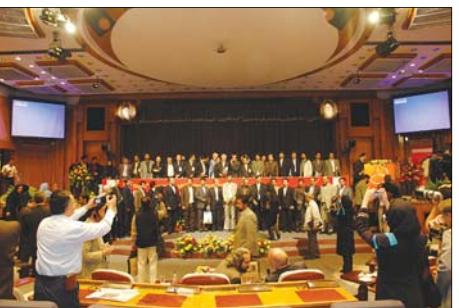
## رسالت نمایشگاه

- ارایه عملکرد شایسته و برتر روابط عمومی‌های

- پلان نمایشگاه و سایر موارد پس از تماس با

دیگرخانه ارسال می‌گردد.









# هویت جهانی برای روابط عمومی

## اشاره

مهدی باقریان دیر کل کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران و سرداری نشریه "روابط عمومی الکترونیک" در جریان دیدار از بخش‌های مختلف ایساکانیوز، در یک گفتگوی کوتاه به پرسش‌های خبرنگار ما پاسخ داد.  
وی با ارایه گزارشی از مراحل تدارک و برگزاری کنفرانس، به بیان برخی مسائل گریبان‌گیر روابط عمومی کشور، راه‌های برون رفت از آن و بررسی نقش کنفرانس بین المللی روابط عمومی در جهت کمک و غلبه بر این مشکلات پرداختند.  
باقریان معتقد است با درک قدرت تجاری روابط عمومی، ممکن توانیم به دلالان تجارت جهانی وارد شویم و به همین منظور باید از همین حالا، پی ریزی محکم و استواری داشته باشیم.

اما ضمانت و پشتونه اجرایی برای این آینین‌نامه‌ها و بخش‌نامه‌ها وجود ندارد و در این زمینه سلیمانی‌ای برخورد می‌شود و این نگاه باعث شده است تا بسیاری از آینین‌نامه‌های روابط عمومی قابلیت اجرایی پیدا نکنند.

لازمه تمام این مسائل که شما فرمودید این است که یک تعریف جدیدی از روابط عمومی ارایه بشود؟

باقریان: فلسفه وجودی روابط عمومی غیر قابل تغییر است و تنها این ابزارها و فنون هستند که در طول زمان تغییر پیدا می‌کنند. بنا بر این نیازی به تعریف جدیدی از روابط عمومی نداریم در عین حال باید تلاش کنیم از وسائل و فنون پیشرفتی به درستی استفاده کنیم و افزایش و تغییر را در همه بخش‌ها کنار بگذاریم.

آقای باقریان با توجه به اینکه در حال حاضر در چند دانشکده، رشته روابط عمومی تدریس می‌شود آیا برنامه‌ای برای نظرارت علمی بر این روند در دستگاه‌های سوسن و وجود دارد؟

باقریان: به طور کلی در این حوزه ما با مشکل فقاد استاد، کهنه بودن مواد آموزشی و عدم وجود رابطه منطقی بین آموزش تئوریک و آموزش‌های کاربردی مواجه می‌شویم. همین امر باعث شده است که سطح آموزش روابط عمومی عملگرا در دانشگاه‌ها باین باشد.

به عنوان سوال پایانی، شما در خصوص برنامه‌های خود در طول مدت برگزاری کنفرانس صحبت کردید پس از برگزاری کنفرانس چه برنامه‌هایی را دنبال می‌کنید؟

باقریان: کنفرانس‌ها غالباً بحث‌ها و گفتگوهای جالبی را مطرح می‌کنند اما معمولاً در تظییم و پیگیری موضوعات طرح شده و دستور جلسه کوتاهی می‌کنند. لذا ما تلاش خواهیم کرد کنفرانس روابط عمومی از کجا نشان می‌گیریم؟

بنابراین اگر سازمان‌ها می‌خواهند رضایت مردم را جلب کنند باید بدانند راه رضایت مردم از روابط عمومی و برچیدن تگاهی باشد که روابط عمومی را در درجه دو برمی‌شمرد.

این نوع نگرش به روابط عمومی از کجا نشان می‌گیرد؟

باقریان: این موضوع بر می‌گردد به نگرش فروض‌دانه مدیران سازمان‌ها نسبت به روابط عمومی که البته ما در بخش مقررات و سترهای حقوقی، قوانین خوب و به روزی داریم



با توجه به برگزاری چهار دوره کنفرانس بیست و ساله ایران، ۱۴۰۴، ایرانی را تعریف می‌کند که روابط عمومی ایجاد شده است؟

باقریان: اعتقاد من این است که یکی از موانع توسعه روابط عمومی در ایران، عدم درک مفهوم و فلسفه روابط عمومی است. یعنی تازمانی که توانیم فلسفه و مفهوم روابط عمومی را درک کنیم روابط عمومی می‌توان در تبدیل ایران به چهره مساله دیگر، نگرش مدیران سازمان‌ها است که نگرش ابزاری نسبت به روابط عمومی دارند.

کنفرانس روابط عمومی می‌تواند گامی موثر در راستای اصلاح نگرش مذکور و رفع مظلومیت از روابط عمومی و برچیدن تگاهی باشد که روابط عمومی در بخش‌های خصوصی و دولتی و جریاناتی که در این حوزه بعداً فعال شدند همه و همه از دستاوردهای این کنفرانس به شمار می‌روند و خلی خوشحال هستیم که گرفتن روابط عمومی در بخش‌های خصوصی و شرکت‌ها و هستیم و همه از دستاوردهای این کنفرانس توانست نقطعه عطفی بشود در برقراری و تعمیق روابط میان انجمن‌های مختلف روابط عمومی؛ و بحث مهمی که ما با برگزاری این کنفرانس ها دنبال می‌کنیم تلطیف افکار عمومی جهان نسبت به ایران است و دنبال این هستیم که یک تصویر مثبتی از ایران به جهان ارایه بدهیم و از طرفی دیگر بتوانیم به سهم خود با حملات گسترده و مغرضانه رسانه‌های غربی علیه فرهنگ ایرانی و دینی مقابله کنیم.

به عنوان شروع، بفرمایید ایده راه اندادی کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران چگونه شکل گرفت؟

باقریان: برگزاری کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران به دلیل جایگاه حرفه‌ای و نقش موثر آن در تعالی روابط عمومی می‌تواند ایده ارزشمندی باشد که کارگزاران روابط عمومی را به گرفتن نتیجه‌ای قابل قبول در این عرصه امیدوار کند و بسیاری از صاحب نظران معتقدند این کنفرانس توانیست نقطعه آغازی بر تبادل نظر، تبیین و تشریح آخرین شیوه‌های ارتباطات عمومی و جهانی و همچنین عرصه‌ای برای طرح و معرفی فرهنگ ایرانی و اسلامی و نقش سازنده آن باشد.

به عبارتی، ایده اولیه این کنفرانس این بود که از یک سو جایگاه راهبردی حرفه روابط عمومی در ایران تقویت و از سوی دیگر زمینه برای تکریم پیشکسوتان و فعالان حوزه روابط عمومی نیز فراهم شود و در مجموع روابط عمومی در جایگاه واقعی خود قرار گیرد.

تاکنون چهار دوره کنفرانس روابط عمومی در ایران برگزار شده است برگزاری این چهار دوره چه بازتاب‌های داخلی و خارجی به همراه داشته است؟

باقریان: بازخوردهای بسیار خوبی هم در عرصه ملی و هم در عرصه بین المللی داشته است. در عرصه ملی فقط در توسعه و تقویت روابط عمومی کشور موثر بوده و چشم خوبی ایجاد کرد و رونق برتر منطقه دست یافت.

در مجموع کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران بازتاب‌های بسیار خوبی هم در عرصه ملی داشته است. در عرصه بین المللی تاثیر گذار بوده است. در حوزه ارتباطات بین المللی روابط عمومی ایران هستیم و در واقع برگزاری این کنفرانس توانست نقطعه عطفی بشود در برقراری و تعمیق روابط میان انجمن‌های مختلف روابط عمومی؛ و بحث مهمی که ما با برگزاری این کنفرانس ها دنبال می‌کنیم تلطیف افکار عمومی جهان نسبت به ایران است و دنبال این هستیم که یک تصویر مثبتی از ایران به جهان ارایه بدهیم و از طرفی دیگر بتوانیم به سهم خود با حملات گسترده و مغرضانه رسانه‌های غربی علیه فرهنگ ایرانی و دینی مقابله کنیم.

## کارگزار روابط عمومی / مقاله روابط عمومی از کجا نشان می‌گیری؟

**James Buchanan** (Buchanan) در ساره ۱۲ قاعده روابط رسانه‌ای برای به خاطر سپردن سودمند است:

۶. (الف) تبلیغات و مخاطب مورد نظرش را بشناسید.  
۷. (ب) با یک نشریه و روزنامه علیه نشیریه و روزنامه‌ای دیگر وارد معامله نشود.  
۸. بلند مدت بیندیشید.  
۹. مبالغ خود را به اشتراک بگذارید.  
۱۰. رقبای خود را بشناسید.  
۱۱. همایش و ایجاد خانه دوستی روابط عمومی ایران خبرنگاران تهیه کنید؛ کنه نباشد.  
۱۲. خبرنگاران تهیه نماید.  
۱۳. خبرنگاران تهیه کنید/ نشان دهد که دارای ارزش خبری باشد.  
۱۴. نقل قول‌های تان روان و گویا باشد.

۱۵. تمام مطالب مطبوعاتی خود را بر اساس خواسته‌های روزنامه و خبرنگاران تهیه نماید.  
۱۶. با اخلاق باشید.

۱۷. خبرنگاری، یک خبرنگار "کلیدی" است.

۱۸. از تبلیغات آنلاین غافل نشوید.

۱۹. فرجه‌ها را محترم شمارید.

۲۰. هشمندانه پیگیری کنید؛ کنه نباشد.

۲۱. خبرنگاران تهیه کنید/ نشان دهد که دارای ارزش خبری باشد.

۲۲. با اخلاق باشید.

۱۲ قاعده  
روابط رسانه‌ای

# سومین کارگاه آموزش تخصصی و کاربردی



## ویژه: تبلیغات و روابط عمومی آنلاین

دبيرخانه دائمی کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران و شرکت مشاوره جهانی هنرهشتمن در نظر دارد سومین کارگاه بین المللی آموزش تخصصی و کاربردی روابط عمومی: ویژه تبلیغات و روابط عمومی آنلاین را به شرح ذیل برگزار نماید:

ردیف	نام دوره	مدرس	تاریخ برگزاری	روز و ساعت	مدت (ساعت)	شهریه دوره
۱	مدیریت تبلیغات اینترنتی	امیر بختانی	۱۳۸۷/۱۰/۲۵	۶ ساعت	۹	۱/۲۵۰/۰۰۰
۲	مدیریت روابط عمومی الکترونیکی	فرنود حسنی	۱۳۸۷/۱۰/۲۶	۶ ساعت	۹	۱/۲۵۰/۰۰۰

- سازمان و روابط عمومی الکترونیکی
- رسانه و روابط عمومی الکترونیکی
- مدیریت وب سایتها و روابط عمومی الکترونیکی
- مدیریت سیستمها و ابزارهای روابط عمومی الکترونیکی
- انتشارات در روابط عمومی الکترونیکی
- روابط عمومی الکترونیکی در حوزه کسب و کار
- و صدها نکته کاربردی در زمینه روابط عمومی الکترونیکی

### مخاطبان دوره:

- مدیران و کارشناسان روابط عمومی
- مدیران و کارشناسان بازاریابی، تبلیغات و بازارگانی سایتها اینترنتی
- علاقمندان به حوزه روابط عمومی، ارتباطات و بازاریابی

### شرط شرکت کنندگان:

- آشنایی با مفاهیم پایه ای ارتباطات
- آکاهی نسی نسبت به رایانه و اینترنت

### مقرات دوره

- مهلت ثبت نام: تاریخ: ۱۳۸۷/۹/۳۰ می باشد.
- شهریه شامل: جزو آموزشی و صدور گواهی می باشد.
- اولویت پذیرش متضایران بر اساس زمان ارسال فیش شهریه می باشد.
- برای کسب اطلاعات بیشتر از محتوا دروس و بیوگرافی استادی به سایت www.iranpr.org مراجعه فرمایید.

- علاقمندان به شرکت در کارگاههای آموزشی می توانند شهریه ثبت نام را به حساب مهر شماره ۳۰۱۴۴۳۹۶۰۰۰ نزد بانک کشاورزی (قابل پرداخت در سراسر کشور) به نام «کارگار روابط عمومی» واریز و فیش بانکی را به نشانی دبیرخانه ارسال نمایند.

### کاربرگ مشخصات شرکت کنندگان در سومین کارگاه آموزش تخصصی و کاربردی روابط عمومی

#### مشخصات فردی:

نام و نام خانوادگی: ..... زن  مرد

نام به تفکیک حروف: ..... نام خانوادگی به تفکیک حروف: .....

نام پدر: ..... شماره شناسنامه: ..... تاریخ تولد: ..... محل تولد: ..... ملیت: .....

عنوان شغلی: ..... آخرین مدرک تحصیلی: ..... رشته تحصیلی: .....

آدرس پست الکترونیکی: ..... آدرس مکاتبه محل کار: .....

تلفن محل کار: ..... کد پستی: ..... صندوق پستی: .....

تلفن منزل: ..... کد شهرستان: ..... کد شهرستان: .....

تلفن همراه: ..... تلفن همراه: .....

متضایر شرکت در کدام کارگاه می باشد؟

مدیریت تبلیغات اینترنتی

مدیریت روابط عمومی الکترونیکی

نام و نام خانوادگی: .....

امضاء: .....



### مدیریت تبلیغات اینترنتی همراه با کارگاه عملی

دوره جدید آموزش مدیریت تبلیغات اینترنتی در ۲۵ دی ماه ۱۳۸۷ در تهران برگزار خواهد شد. هدف دوره آشنایی با مفاهیم و کاربردهای تبلیغات اینترنتی بوده که در مدت ۶ ساعت (۴ جلسه ۱۳۰ دقیقه) ارایه خواهد شد. علاوه بر کارگاه عملی، انواع تبلیغات اینترنتی، روش های اندازه گیری و رسانه های اینترنتی، مدل M5 در تبلیغات اینترنتی، آشنایی با جشنواره های معتبر بین المللی تبلیغات اینترنتی و مزوری برو وضعیت تبلیغات اینترنتی در ایران از جمله سرفصل های این دوره آموزشی را تشکیل می دهد. در پایان دوره به کسانی که موفق به گذراندن دوره شوند گواهینامه اعطای خواهد شد.

### مشخصات دوره تبلیغات اینترنتی

#### هدف دوره:

آشنایی با مفاهیم و کاربردهای تبلیغات اینترنتی

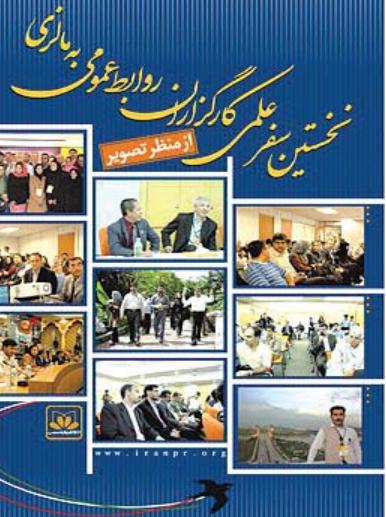
#### محتوای دوره:

- تعریف تبلیغات اینترنتی و تاریخچه پیدایش آن
- تعریف مدل تجاری (Business Model) و معترف اینواع مدل های تجاري تبلیغات اینترنتی
- مanaly درآمدی سایتها اینترنتی
- انواع تبلیغات اینترنتی
- مزیت ها و محدودیت های هر یک از انواع تبلیغات اینترنتی
- استانداردها و اندازه های انواع تبلیغات اینترنتی
- نحوه انتخاب پایام تبلیغاتی در رسانه اینترنت
- روش های پرداخت در تبلیغات اینترنتی
- روش های اندازه گیری و رسانه های تبلیغات اینترنتی
- بازیگران صنعت تبلیغات اینترنتی
- فرایند پبلیک در اینترنت برای تبلیغ دهنده کان
- ناشران و شرکت های تبلیغاتی
- مدل M5 در تبلیغات اینترنتی

### مدیریت روابط عمومی الکترونیکی

#### همراه با کارگاه عملی

دوره جدید آموزش مدیریت روابط عمومی الکترونیکی در ۲۶ دی ماه ۱۳۸۷ در تهران برگزار خواهد شد. هدف دوره، آشنایی با مفاهیم، کارکرد روابط عمومی الکترونیکی در دولت الکترونیکی بوده که در مدت ۶ ساعت (۴ جلسه ۱۳۰ دقیقه) ارایه خواهد شد.



## خدمات کارگزار روابط عمومی

- خدمات روابط عمومی کترونیکی (آموزش - مدیریت - پایش)
- خدمات سامانه خدمات کترونیکی (IPRCES) روابط عمومی ایران (پژوهش و تحقیقات: تحلیل محتوا، اجرای طرح‌های افکار سنتی، نظرسنجی و آرای سنتی، آسیب‌شناسی برنامه‌های روابط عمومی، استاندارد سازی فعالیت‌های روابط عمومی، تهیه راهنمای تخصصی روابط عمومی و ...)
- پژوهش اینترنتی و بازاریابی اطلاعات تخصصی و مطالعه تطبیقی برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی داخلی و خارجی خدمات کارت عضویت در دبیرخانه کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران اشتارکتب آموزشی و نشریات تخصصی مشاوره و برنامه ریزی مشاوره در زمینه‌های مدیریتی، تحقیقاتی و ... مشاوره در زمینه‌های تهیه و اجرای بانک‌های اطلاعات تخصصی روابط عمومی مشاوره در زمینه کاربرد IT در روابط عمومی و اجرای طرح‌های روابط عمومی کترونیک مشاوره در زمینه طرح و اجرای پژوهش‌های روابط عمومی در دو سطح ملی و بین‌المللی مشاوره در زمینه طرح تهیه و اجرای نسخه شرکت در جشنواره‌های بین‌المللی روابط عمومی برنامه ریزی اجرای پژوهش‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی برنامه ریزی اجرای رویدادهای و ...

## باکاوهای اطلاع‌رسانی کارگزار روابط عمومی

[www.iranpr.org](http://www.iranpr.org)  
کارگزار روابط عمومی

[www.icpr.ir](http://www.icpr.ir)

کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران

[www.iprces.ir](http://www.iprces.ir)

سامانه خدمات کترونیکی روابط عمومی ایران

[www.iranpr.org/IPRM.htm](http://www.iranpr.org/IPRM.htm)

دومین تور روابط عمومی در مالزی

[priranpr.blogfa.com](http://priranpr.blogfa.com)

وبلاگ کارگزار روابط عمومی - فارسی

[iranprblog.blogspot.com](http://iranprblog.blogspot.com)

وبلاگ کارگزار روابط عمومی - انگلیسی



## عضویت در دبیرخانه دائمی کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران

۷. دریافت ۲ جلد کتاب از انتشارات کارگزار روابط عمومی در طول سال

### SAXIR خدمات

- پژوهش اینترنتی و بازاریابی اطلاعات تخصصی (تئیه و سفارش اطلاعات مورد نیاز در زمینه‌های مختلف روابط عمومی)
- گردآوری، سازماندهی، پردازش و آماده‌سازی اطلاعات تخصصی
- خدمات روابط عمومی آنلاین شامل آموزش، مدیریت و پایش

### هزینه صدور کارت عضویت

اشتراک سالانه: ۵۷۷۲۰۰

### نحوه دریافت اطلاعات

- پام کوتاه
- پست الکترونیک
- خبرنامه اینترنتی

### نکات مهم

- کارت عضویت برای همه کارگزاران روابط عمومی سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی و دولتی صادر می‌گردد.
- دانشجویان با ارایه کارت دانشجویی معتبر می‌توانند از تخفیف ۱۰ درصد بهره‌مند شوند.
- اعضا می‌توانند پیشنهادات و ایده‌های سازنده خود را نسبت به کارت عضویت و استفاده بهینه از آن طی تماس یا مراجعت حضوری و یا به صورت مکتوب به ذفتر «کارگزار روابط عمومی» ارسال و از اقدام انجام شده مطلع شوند.

### به نام خدا فرم درخواست عضویت

نام:	جنسیت:	مرد <input type="checkbox"/> زن <input checked="" type="checkbox"/>
تخصیلات:	شهر:	استان:
نام سازمان:	سمت:	کد پستی:
تلفن:	دورنگار:	تلفن همراه:
پست الکترونیک:	سایت اختصاصی:	نشانی کامل پستی:

تهران - صندوق پستی: ۱۹۳۹۵-۶۹۸۶

تلفن: ۸۸۳۲۸۱۲۳ تلفکس: ۸۸۳۱۵۲۷۰

تلفن همراه: ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹ - ۰۹۳۲۹۴۴۹۰۴۸ - ۰۹۳۲۲۸۴۷۷۰

وب سایت: [www.icpr.ir](http://www.icpr.ir) - [www.iranpr.org](http://www.iranpr.org) - [irankpri@yahoo.com](mailto:irankpri@yahoo.com)

پست الکترونیک: [info@icpr.ir](mailto:info@icpr.ir) - [kargozar80@yahoo.com](mailto:kargozar80@yahoo.com)

### نشانی:

میدان هفت تیر - خیابان قائم مقام - بعد از میدان شعاع - پلاک ۱۱۰ - طبقه ۵ - واحد ۲۵

تلفکس: ۴ و ۸۸۳۲۸۱۲۳ - ۸۸۳۱۵۲۷۰

۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹

### نشانی پستی:

تهران - صندوق پستی: ۱۹۳۹۵/۶۹۸۶ کارگزار روابط عمومی

## بولتن رویدادهای روابط عمومی

ضمیمه فصلنامه کارگزار روابط عمومی

سردیب: مهدی باقریان

با همکاری: قربانعلی تنگشیر

مدیر هنری: پرویز آزموده

## پژوهش این دستاوردهای مهم کارگزار روابط عمومی



### پیشگام در ارتباطات بین‌المللی

- عضو هیات تحریریه ژورنال روابط عمومی آسیا پاسیفیک (APPR)
- راه اندازی اولین انتشارات تخصصی روابط عمومی در ایران
- برگزاری اولین، دومین، سومین و چهارمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران
- برگزاری نخستین دوره علمی و آموزشی روابط عمومی ایران در مالزی
- برگزاری نخستین سمینار تخصصی اصول برنامه ریزی مدیریت راهبردی در روابط عمومی
- انتشار فصلنامه «کارگزار روابط عمومی»
- انتشار دوفصلنامه «فنون روابط عمومی»
- انتشار دوفصلنامه «کارگزار روابط عمومی و زندگانی ایران»
- انتشار شریه رویدادهای روابط عمومی
- انتشار دایره المعارف روابط عمومی
- انتشار عنوان کتاب در حوزه روابط عمومی
- راه اندازی اولین موسسه اینترنتی روابط عمومی در ایران
- مبتکر اولین میانجیگران اینترنتی فرادرس بین‌المللی در حوزه روابط عمومی
- مبتکر اولین کارگاه ملی روابط عمومی در ایران
- تهیه و ارایه «پروژه اطلاع‌رسانی و روابط عمومی کشور به کشور» (ارایه راهکارهای مناسب برای رفع بحران هسته‌ای با استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای) به اداره کل تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- انتخاب کتاب «فلسفه روابط عمومی کاربردی» به عنوان کتاب سال و دریافت لوح تقدیر و تندیس از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (اسفند ۱۳۸۳)

# دومین تور روابط عمومی ایران در مالزی

## (۱۰ آذرماه ۱۳۸۷) الی (۱۳)

- سمینار نیم روزه با موضوعات:

- چهره در حال تغییر روابط عمومی و ارتباطات
- آینده شرکت‌های روابط عمومی، قابلیت‌ها و خدمات
- نقش واقعی کارگزاران روابط عمومی در آینده نزدیک: یک میزگرد به ریاست مدیران و کارشناسان اجرایی
- ناهار
- اقامه نماز
- وقت آزاد
- صرف شام
- گردشگرانی اعضای گروه و گفت و شنود درباره تجربیات شخصی و نظرات شان در مورد روابط عمومی



### روز چهارم

هفتم آذرماه ۱۳۸۷ - ۲۷ نوامبر ۲۰۰۸  
صرف صبحانه در هتل

- دیدار از دروازه اطلاعات جنوب (SSIG)
- دیدار از موسسه شرکت‌ها و صنایع کوچک و متوسط و استهانه به وزارت تجارت و صنایع
- ضیافت ناهار
- اقامه نماز
- دیدار از موزه ملی
- دیدار از روزنامه استریت تایمز
- دیدار و گفتگویی در موزه اسلامی با موضوع «اخلاق اسلامی و شفاقت»
- خرید در مرکز خرید هند کوچک/بازار کوالا لمپور
- بازگشت به هتل و استراحت
- دیدار از میدان عرب کوالا لمپور
- صرف شام در خیابان اصفهان، میدان عرب کوالا لمپور
- گردش شبانگاهی در کوالا لمپور

### روز پنجم

هشتم آذرماه ۱۳۸۷ - ۲۸ نوامبر ۲۰۰۸  
صرف صبحانه در هتل

- بازدید از آزادسی خبری ملی برناما
- نشست «نقش روابط عمومی و ارتباطات در توسعه فرهنگ صلح»
- اقامه نماز در مسجد ولایت (مسجد ملی کوالا لمپور)
- دیدار از پارک پرنده‌گان و دریاچه باغ
- صرف شام

### روز ششم

نهم آذرماه ۱۳۸۷ - ۲۹ نوامبر ۲۰۰۸

- صرف صبحانه در هتل
- مراسم خداحافظی/اهداء گواهینامه/عکس گروهی
- ضیافت ناهار
- در صورت امکان (از نظر زمان) آخرین خرید از بازار مرکزی کوالا لمپور
- بازگشت به هتل
- ترک هتل
- حرکت به سمت فرودگاه

### روز هفتم

دهم آذرماه ۱۳۸۷ - ۳۰ نوامبر ۲۰۰۸  
بازگشت به ایران

توجه: احتمال جایگایی در برخی برنامه‌ها وجود دارد.

خدمات

- بازدید از وزارت‌خانه‌ها و مراکز علمی و صنعتی
- شرکت در دیدارهای تخصصی و حرفه‌ای
- بازدید از جاذبه‌های توریستی و گردشگری
- اعطاء گواهینامه بین‌المللی حضور در سمینار
- توسط موسسه روابط عمومی مالزی

### مدارک مورد نیاز

- کمی از صفحات اول پاسپورت
- یک قطعه عکس ۳×۴
- پرداخت هزینه ثبت نام
- تکمیل فرم ثبت نام
- تکمیل و امضاء تعهدنامه

### مدت برگزاری

۷ روز و ۶ شب از تاریخ ۳ لغایت ۱۰ آذر  
ماه ۱۳۸۷

### برنامه‌های دوره

شب اول  
سوم آذرماه ۲۳ ۱۳۸۷ - ۲۳ نوامبر ۲۰۰۸  
ورود به کوالا لمپور - اقامت در هتل دریا پارک

### روز اول

چهارم آذرماه ۲۴ ۱۳۸۷ - ۲۴ نوامبر ۲۰۰۸  
- خوشامدگویی، صرف صبحانه در هتل  
- سمینار نیم روزه در دانشگاه با موضوع «رسانه جدید»  
- اهداء گواهینامه  
- ضیافت ناهار  
- اقامه نماز  
- دیدار از برج دوقلوی پتروناس (بلندترین برج دوقلوی جهان)  
- دیدار از آکواریوم پتروناس KLCC  
- خرید از مرکز خرید ایستراحت  
- بازگشت به هتل، استراحت  
- شام در رستوران فرهنگی ستی سری ملابو  
برای آشنایی با فرهنگ مالزی

### روز دوم

پنجم آذرماه ۲۵ ۱۳۸۷ - ۲۵ نوامبر ۲۰۰۸  
- صرف صبحانه در هتل  
- دیدار از دفتر نخست وزیر  
- دیدار از مرکز جدید دولت فدرال در پوتراجایا و جلسه توییجه  
- دیدار از وزارت کشاورزی (جلسه توییجه و گفتگو درباره سیاست‌های جدید وزارت خارجه با بحران مواد غذایی)  
- ضیافت ناهار  
- اقامه نماز  
- دیدار از مرکز آمیشنس و آشنایی با نحوه ساخت کارتون معروف صلاء الدین (کاراکتر مسلمان) که برای اولین بار ساخته و به سراسر جهان راه یافته است.

بازگشت به هتل و استراحت  
شام در رستوران سالوما  
صرف صبحانه در هتل

### توجه توجه توجه

علاوه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر و اطلاع از دوره گذشته به سایت [www.iranpr.org](http://www.iranpr.org) رجوع فرمایند.

## انتشارات کارگزار روابط عمومی

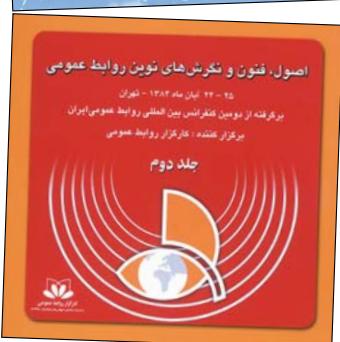
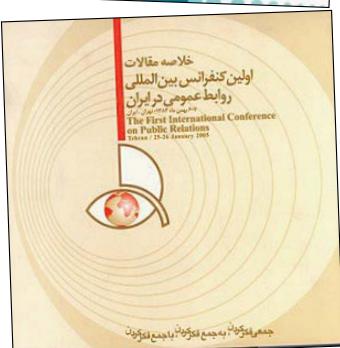
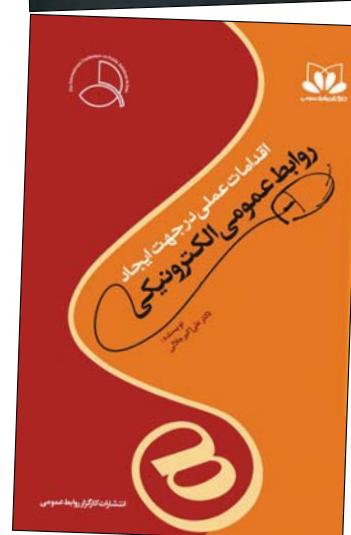
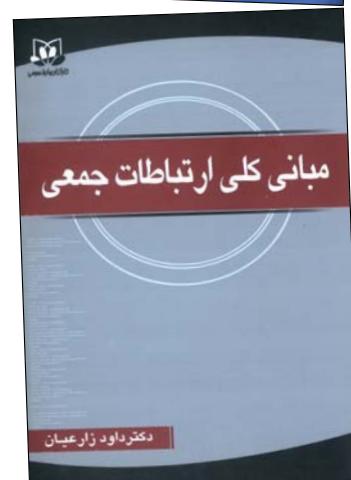
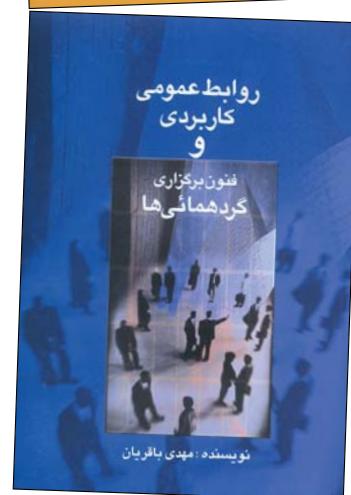
ردیف	نام کتاب	نویسنده	قیمت (ریال)
۱	مبانی کلی ارتباطات جمعی	داؤود زارعیان	۲۵۰۰۰
۲	اصول و آداب تشریفات	صدیق راد - یحیایی ایله‌ای	۲۵۰۰۰
۳	روابط عمومی کاربردی و فنون برگزاری گردهمایی‌ها	مهدی باقریان	۲۵۰۰۰
۴	فنون روابط عمومی (۲) و پژوه خبرنامه	مهدی باقریان	۲۵۰۰۰
۵	روابط عمومی نوشتاری و تکنیک‌های رسانه‌ای	دنیس ال ویلکاکس لارنس نولت	۱۵۰۰۰
۶	چوبز طلاibi روابط عمومی	-	۱۵۰۰۰
۷	فلسفه روابط عمومی کاربردی	مهدی باقریان	۱۵۰۰۰
۸	سیاست ارتباط جمعی در مورد اینترنت	رونالد کی رایت	۹۲۰۰
۹	مجموعه مقالات کنفرانس اول دبیرخانه کفرانس	دبیرخانه کفرانس	۲۵۰۰۰
۱۰	اصول، فنون و نگرش‌های نوین روابط عمومی (جلد دوم) مجموعه مقالات کنفرانس کفرانس دوم	دبیرخانه کفرانس	۲۵۰۰۰
۱۱	خلاصه مقالات کنفرانس سوم دبیرخانه کفرانس	دبیرخانه کفرانس	۳۰۰۰۰
۱۲	خلاصه مقالات کنفرانس چهارم دبیرخانه کفرانس	دبیرخانه کفرانس	۲۸۰۰۰
۱۳	رسانه محمد بلوریان تهرانی	رسانه	۵۰۰۰
۱۴	روابط عمومی در عصر دیجیتال	جان شستون	۴۵۰۰
۱۵	عکس و کاربرد آن در روابط عمومی	مهدی باقریان	۵۰۰۰
۱۶	اصول، فنون و نگرش‌های نوین روابط عمومی به همراه ۷ عدد CD و مولتی مدیا	دبیرخانه کفرانس	۳۲۰۰۰
۱۷	کاربردهای اینترنت در روابط عمومی (۴۳۰ آدرس در وب)	مهدی باقریان	-
۱۸	روابط عمومی در نظام آموزش عالی کشور	مهدی باقریان	-
۱۹	دایره المعارف روابط عمومی	مهدی باقریان و گروهی از مترجمان و ویراستاران	۳۰۰/۰۰۰
۲۰	بزرگان روابط عمومی (جلد اول)	مهدی باقریان زهرا بازآزادگان	۲۷۵۰۰
۲۱	بزرگان روابط عمومی (جلد دوم)	مهدی باقریان ناصر رازی منش	۲۷۵۰۰
۲۲	بزرگان روابط عمومی (جلد سوم)	مهدی باقریان شعبان آزادی کناری	۲۷۵۰۰
۲۳	مبانی روابط عمومی الکترونیکی	سعید یعقوبی	۳۰۰۰۰

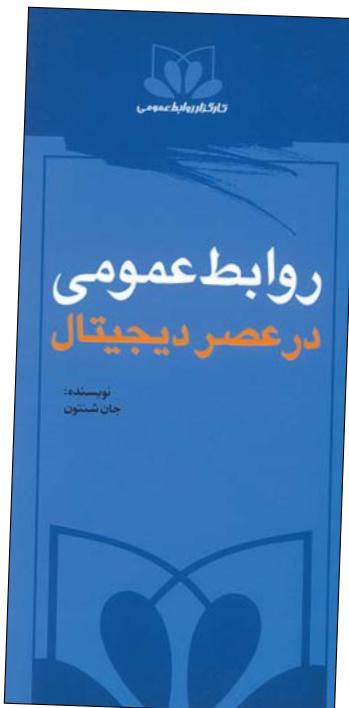
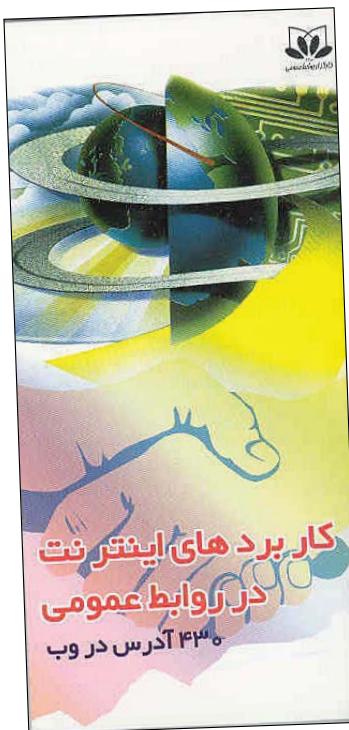
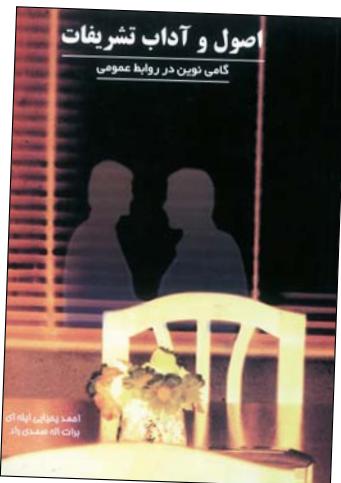
## کتاب‌های در دست چاپ

ردیف	نام کتاب	نویسنده
۱	دانشنامه ارتباطات جمعی	دایره المعارف روابط عمومی (جلد دوم)
۲	اصول، فنون و نگرش‌های نوین روابط عمومی (جلد سوم)	جمعی از نویسنده‌گان
۳	اصول، فنون و نگرش‌های نوین روابط عمومی (جلد چهارم)	جمعی از نویسنده‌گان
۴	مدیریت روابط عمومی الکترونیکی	فرنود حسنه
۵	اصول و آداب تشریفات (چاپ دوم)	صدیق راد - یحیایی ایله‌ای
۶	دوره اول: روابط عمومی الکترونیکی (۱۰ جلدی)	گروهی از نویسنده‌گان

## قابل توجه ناشران و همکاران

ناشران، نویسنده‌ان و مترجمانی که تمایل دارند آثار خود را در کتابخانه «کارگزار روابط عمومی» معرفی کنند تنها دو نسخه از اثر خود را به دفتر نشریه ارسال کنند





## جزوات و بسته‌های آموزشی

ردیف	عنوان	نویسنده	قیمت (ریال)
۱	مدیریت و ارتباطات بحثان	پروفسور حسام الدین بیان	۲۵۰۰۰
۲	روابط عمومی و تصویرسازی	پروفسور علی محمدی	۲۱۰۰۰
۳	اصول برنامه ریزی مدیریت راهبری	دکتر محمد رضا نظری	۲۵۵۰۰
۴	الگوی ارتباطی در روابط عمومی اینترنتی	سعید یعقوبی	۲۵۵۰۰
۵	مدیریت روابط عمومی	بنک ون روول - دکتر دیجان ورسیک	۱۶۵۰۰
۶	مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع	دکتر محمد بلوریان تهرانی	۱۶۵۰۰

## فصلنامه کارگزار روابط عمومی

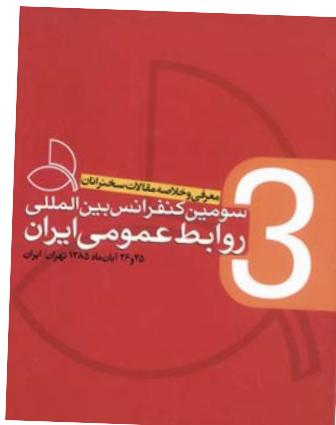
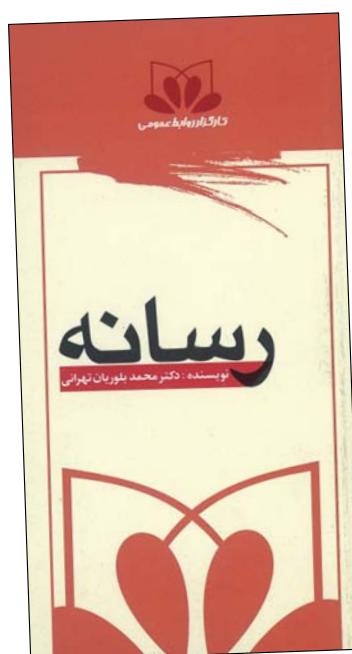
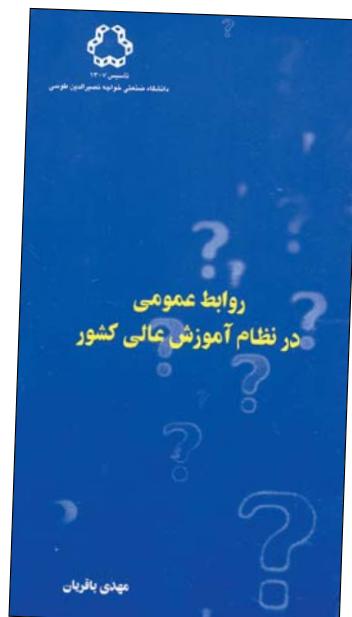
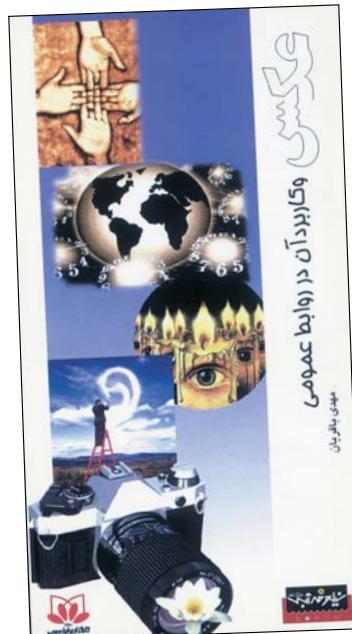
ردیف	شماره	تاریخ انتشار	قیمت (به ریال)
۱	۲	بهار ۱۳۸۱	۵۵۰۰
۲	۳	تابستان و پاییز ۱۳۸۱	۵۵۰۰
۳	۴	زمستان ۱۳۸۱	۵۵۰۰
۴	۵-۶	بهار و تابستان ۱۳۸۲	۹۰۰۰
۵	۷-۸	پاییز و زمستان ۱۳۸۲	۹۰۰۰
۶	۹-۱۰	بهار و تابستان ۱۳۸۳	۹۰۰۰
۷	۱۱-۱۲	پاییز و زمستان ۱۳۸۳	۹۰۰۰
۸	۱۳	بهار و تابستان ۱۳۸۴	۹۰۰۰
۹	۱۴	پاییز و زمستان ۱۳۸۴	۹۰۰۰
۱۰	۱۵	بهار و تابستان ۱۳۸۵	۲۰۰۰۰
۱۱	۱۶-۱۷	بهار و تابستان ۱۳۸۶	۲۰۰۰۰
۱۲	۱۸-۱۹	پاییز و زمستان ۱۳۸۶	۲۰۰۰۰
۱۳	۱۹-۲۰	بهار ۱۳۸۷	۲۲۰۰۰

## راهنمای اشتراک نشریات کارگزار روابط عمومی

- فصلنامه کارگزار روابط عمومی حق اشتراک برای یکسال (۴ شماره) ۱۲۰۰۰ ریال
- دوفصلنامه روابط عمومی الکترونیک حق اشتراک برای یکسال (۲ شماره) ۸۰۰۰۰ ریال
- دوفصلنامه فنون روابط عمومی حق اشتراک برای یکسال (۲ شماره) ۸۰۰۰۰ ریال

لطفاً به نکات زیر توجه کنید:

- ۱- فرم اشتراک را کامل پر کرده و کد پستی را حتماً قید فرمایید.
- ۲- حق اشتراک را در یکی از شعب بانک کشاورزی به حساب زیرواریز کنید: حساب مهر شماره: ۰۳۰۴۴۳۹۶۰۰۰ - نام صاحب حساب: کارگزار روابط عمومی
- ۳- شماره پیش‌بانکی را در بخش مریotope بنویسید.
- ۴- لطفاً تمامی بخش‌های دارای علامت \* را حتماً تکمیل نمایید.
- ۵- انتشارات کارگزار روابط عمومی حداقل ۱۰ روز پس از تکمیل فرم اشتراک، مجله و یا مجله‌های درخواست شده را ارسال خواهد کرد. چنانچه پس از ۱۰ روز از زمان تکمیل فرم اشتراک و یا انتشار شماره جدید مجله، نشریه برای تان ارسال نشد می‌توانید با شماره تلفن ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹ info@iranpr.org تماس بگیرید.
- ۶- شایان ذکر است در صورت تغییر نشانی می‌توانید از طریق پست الکترونیک (email) یا تلفن با ذکر شماره فیش، نشانی جدید را به اطلاع کارگزار برسانید.
- ۷- توجه داشته باشید در صورتی که مقاضی اشتراک، فرد حقیقی باشد می‌باید بخش نام و نام خانوادگی تکمیل شود و در صورتی که فرد حقوقی باشد می‌باید بخش نام شرکت یا سازمان و نام تحويل گیرنده تکمیل شود.



## مجموعه کتاب‌های مهارت‌های روابط عمومی

می‌رسد این گونه کتاب‌ها با پرداختن به کلیات و مباحث نظری (که در جایگاه خود ارزشمند و مفید هستند) کمتر توانسته اند در عمل به کمک دست اندر کاران این حرفة بپیوند.

به همین لحاظ و با این نگاه انتشارات کارگزار روابط عمومی پس از سال‌ها تجربه در زمینه چاپ کتاب‌ها و نشریات مرتبط با روابط عمومی و ارتباطات، تهیه و چاپ مجموعه کتاب‌های کاربردی روابط عمومی در حوزه‌های اصول، مبانی و فنون روابط عمومی را در دستور کار خود قرار داده است. در نظر است این مجموعه کتاب‌های مهارت‌های روابط عمومی در پیکچه‌های (سیمه‌های) ۱۰ جلدی امروزه، بازار کتاب مملو از کتاب‌های گوناگون است. در زمینه روابط عمومی و ارتباطات هم می‌توان آثار فراوانی را در آن یافت. اما به نظر

ما و شما که در حیطه کار پرمبلغه و جذاب روابط عمومی فعالیت می‌کنیم، حتماً، بارها و بارها پای حرفها و صحبت‌های کتاب نشسته‌ایم.

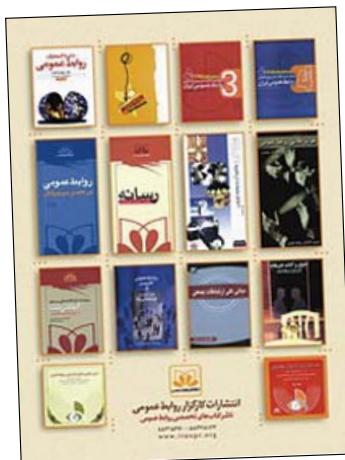
زمانی که کتابی را در دست می‌گیریم و می‌خوانیم در حقیقت به حرف‌های یک دوست گوش فرامی‌دهیم. در زندگی روزمره، معمولاً برای حرف‌هایی گوش شنزاوچود دارد که تازه باشد و به قول معروف بتوانیم آنها را در عمل به کار ببریم. کتابی که بتواند به طور مفید و مختصر ما را آنچه به کارمان می‌آید آشنا کند، دوست خوبی است که همنشینی با او را قادر خواهیم داشت.

۱۰

۱۱

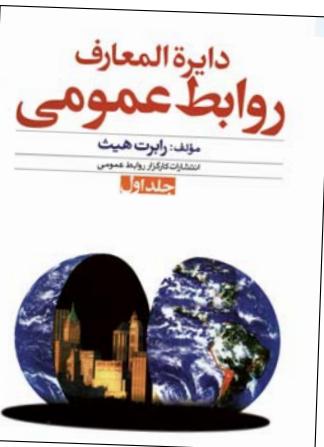
### بسته اول:

ردیف	عنوان	نویسنده / مترجم
۱	گزارش نویسی در روابط عمومی	علی اکبر قاضی زاده
۲	اقدامات عملی در جهت ایجاد روابط عمومی الکترونیک	علی اکبر جلالی
۳	مدیریت بحران و چالش‌های روابط عمومی	میرزابابا مطهری نژاد
۴	انتشارات در روابط عمومی	علی اصغر محکی
۵	فرهنگ پژوهش در روابط عمومی	محمد رضا رسولی مهری باقریان
۶	ویراستاری مدیریت خبر	داوده صفائی
۷	روزنامه نگاری نوین	محمد رضا کریمی
۸	ارتباط با رسانه‌ها	سید شهاب سید محمدحسنی
۹	مدیریت وب سایت‌های روابط عمومی	فرنود حسنه
۱۰	مدیریت تشریفات	محمد صفائیان
۱۱	کار گروهی در روابط عمومی	سید رسول آقاداوود



### بسته دوم:

ردیف	عنوان	نویسنده / مترجم
۱	صفحه آرایی و عکس در روابط عمومی	محمود مختاریان
۲	پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک	حمدیضیانی پرور
۳	روابط عمومی آنلاین	رابرت هیث
۴	تبليغات اينترنتي	امير بختائي
۵	بروشور	ایرج رضی
۶	نمایشگاه	سعید معادی
۷	نوآوری در روابط عمومی	فیروز قاسمی
۸	خبرنامه	محمد دشتی
۹	کاتالوگ	قریانعلی تنگ شهر
۱۰	مدیریت گردهمایی‌های موفق	مهری باقریان



## گنجینه ارزشمند روابط عمومی

(برگرفته از اولین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران  
دیدگاه‌ها و نظریه‌های نوین روابط عمومی)

۱- دکتر حسینعلی افخمی رئیس گروه ارتباطات دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی موضوع سخنرانی: آموزش روابط عمومی در ایران: یک بررسی تطبیقی

۲- هارون سوگنج نایب رئیس و مدیر عملیاتی شرکه TRACCS-SACCS موضوع سخنرانی: روابط عمومی و رسانه‌های تصویری

### CD ششم:

۱- دکتر نسرین جزی دانشیار دانشکده حسابداری دانشگاه شهید بهشتی موضوع سخنرانی: مدیریت منابع انسانی و روابط عمومی

۲- جان ساندرز عضو هیات مدیره شورای بین‌المللی ارتباطات و مدیرعامل شرکت فلیشنمن هیلارد ساندرز موضوع سخنرانی: واقعیت روابط عمومی و آن چه که روابط عمومی نیازمند است.

### CD هفتم:

مولتی مدیا

### ویژگی‌ها:

- عدد سی دی حاوی مطالب و سخنرانی‌ها
- کتاب مجموعه مقالات

### قابل توجه علاقمندان:

- برای شرکت کنندگان در کنفرانس ۱۵ درصد تخفیف در نظر گرفته شده است.

متقاضیان وجه خرید را به حساب مهر شماره ۰۳۰۱۴۴۳۹۶۰۰۰ نزد پانک کشاورزی بنام کارگزار روابط عمومی واریز کرده و اصل رسیده مربوطه را به همراه فرم فروش به نشانی زیر ارسال نمایند.

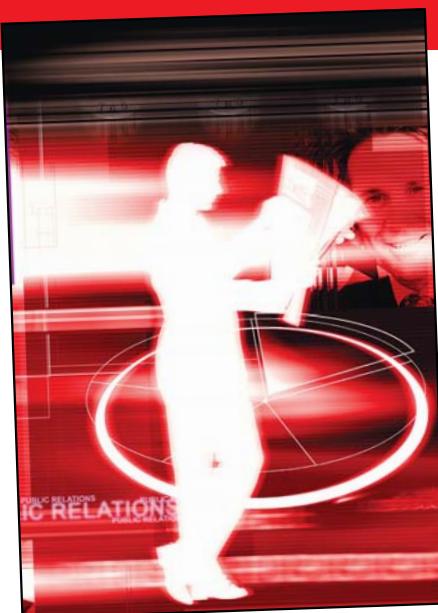
نشانی: تهران، صندوق پستی ۱۹۳۹۵/۶۹۸۶

- کارگزار روابط عمومی

موضوع سخنرانی: روابط عمومی و چالش‌های (ایپرا) هزاره سوم  
موضوع سخنرانی: روابط عمومی بین‌المللی ۲- ریچارد آلفرد لینینگ رئیس کنفرانسیون روابط عمومی اروپا و عضو هیات مدیره انجمن CD پنجم:



فرم فروش	
نام خانوادگی:	نام:
دانشگاه:	قطعه:
محل کار:	رشنده تحصیلی:
تلفن محل کار:	محل:
پست الکترونیکی:	تلفن همراه:
نشانی کامل و دقیق پستی (منزل/ محل کار):	تلفن محل کار:
کد پستی (برای تهران ۱۰ رقمی):	تعداد درخواستی:
شماره رسید پانک:	امضاء و مهر (برای سازمانها):



## «کارنامه روابط عمومی ایران» منتشر می‌شود

در قالب یک کتاب نفیس و مولتی مدیا منتشر خواهد شد. مدیر موسسه کارگزار روابط عمومی اضافه کرد: همچنین به همراه «کارنامه روابط عمومی ایران؛ چهار ویژه نامه با عنوان‌های «روابط عمومی، تبلیغات و بازاریابی»، «تلن همراه و کاربردهای آن در روابط عمومی»، «فنون روابط عمومی؛ ویژه جامعه اطلاعاتی، روزنامه نگاری آتلان و روابط عمومی الکترونیک»، و «روابط عمومی بین‌المللی؛ تاکید بر خیش رسانه‌ای و راهبردهای مقابله با تهاجم رسانه‌ای غرب» منتشر خواهد شد.

با قریان در پایان از کلیه ادارات و واحدهای روابط عمومی، تبلیغات، ارتباطات، روزنامه نگاری و بازاریابی سراسر کشور درخواست کرد که تولیدات و بسته‌های فرهنگی، تبلیغاتی و انتشاراتی و اطلاع‌رسانی خود را برای انتشار در کارنامه مذکور حداقل تا پایان فروردین ماه به نشانی انتشارات کارگزار روابط عمومی ارسال نمایند. همچنین مدیران، کارشناسان، نویسنگان، صاحب نظران و بالگرهای فعال می‌توانند آثار خود را برای درج در کارنامه به نشانی پست الکترونیک info@iranpr.org ارسال کنند.

### راهنمای استفاده از مجموعه سی دی‌های کنفرانس

- ۱- دکتر کاظم معتمدزاد پدر ارتباطات نوین ایران موضوع سخنرانی: آموزش روابط عمومی در ایران
- ۲- لولا زقامه رئیس انجمن بین‌المللی روابط عمومی شناساندن یک کشور موضوع سخنرانی: نقش روابط عمومی در ایران
- ۳- دکتر علی اصغر کیا استادیار و مدیر گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی موضوع سخنرانی: تاثیر بزرگراه‌های اطلاعاتی بر فرهنگ سازمانی روابط عمومی

### CD دوم:

- ۱- دکتر علی اکبر جلالی استاد دانشگاه علم و صنعت ایران موضوع سخنرانی: فناوری اطلاعات و کاربردهای آن در روابط عمومی
- ۲- دکتر میرسی کنستانسیکو رئیس سازمان گالاکسی در رومانی موضوع سخنرانی: از روابط عمومی شخصی تا روابط عمومی ملی و بین‌المللی- یک مطالعه موردي اروپائي

### CD سوم:

- ۱- دکتر مهدی محسینیان راد استاد دانشگاه امام صادق (ع) موضوع سخنرانی: بازار پیام و سیستم‌های باز
- ۲- دیو رایپنسون معاون مدیر منطقه‌ای شرکت هیل و نولتون در خاورمیانه موضوع سخنرانی: اهداف و استراتژی‌های روابط عمومی

### CD چهارم:

- ۱- دکتر علی اکبر فرهنگی استاد و مدیر گروه مدیریت دولتی دانشگاه تهران

## آشنایی با فصلنامه کارگزار روابط عمومی

نشریه کارگزار روابط عمومی در آبان ماه ۱۳۸۰ با روش تحلیلی- آموزشی و انتقادی پا به عرصه حیات گذاشت. این نشریه تلاش می‌کند در آینده به صورت یکی از سایر عملده رعشه و انتقال تحقیقات علمی و تبادل مستمر آگاهی‌ها و دستاوردهای علمی و یکی از مراجع مهم در تحقیقات روابط عمومی درآمده و مورد تایید و استقبال صاحب نظران قرار گیرد.

نشریه کارگزار روابط عمومی با توجه به پیشرفت‌های حاصله از تکنولوژی اطلاعات و اهمیت نقش آن در انتقال اطلاعات و ایجاد نظام ارتباطی دوسویه، به طور جدی وارد این مباحث شد، چون بر این باور است اینترنشن ب عنوان ایزاری برای تعامل اثربخش‌تر، «اطلاعات جامع» مفیدی در اختیار همه آحاد مردم از جمله جامعه روابط عمومی قرار می‌دهد و روابط عمومی‌ها می‌توانند بخش اعظمی از وظایف درون و برون سازمانی خود را در حیطه گسترش دهند تری و به نحو موثری به انجام برسانند.

نشریه کارگزار روابط عمومی در آستانه انتشار نشریه کارگزار روابط عمومی است. نشریه کارگزار روابط عمومی با توجه به پیشرفت‌های حاصله از تکنولوژی اطلاعات و اهمیت نقش آن در انتقال اطلاعات و ایجاد نظام ارتباطی دوسویه، به طور جدی وارد این مباحث شد، چون بر این باور است اینترنشن ب عنوان ایزاری برای تعامل اثربخش‌تر، «اطلاعات جامع» گسترش و نفوذ فرهنگ روابط عمومی، تجزیه و تحلیل شرایط، ارایه راهلهای مناسب، نقد عملکردها، ارایه مباحث کاربردی و طرح و نشر آیده‌ها، الگوها و نظریه‌های نو و تولید داشت جهت غنا و استقلال ادبیات روابط عمومی و موضع‌گیری نسبت به تحریفات حرفه‌ای و نفس

## رویدادهای روابط عمومی



تاکنون چهار شماره از نشریه رویدادهای روابط عمومی منتشر شده است. این نشریه در قالب گاهنامه و ضمیمه فصلنامه کارگزار روابط عمومی منتشر شده و آخرین اخبار روابط عمومی در ایران و جهان را پوشش می‌دهد و دارای نکات کاربردی در این زمینه می‌باشد.

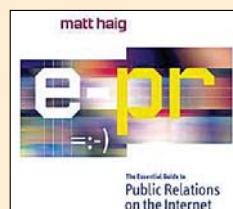
## دو فصلنامه فنون روابط عمومی (اولین نشریه موضوعی روابط عمومی ایران)



دو فصلنامه فنون روابط عمومی، اولین نشریه موضوعی روابط عمومی ایران در تاریخ ۸۱/۹/۳ به دو زبان فارسی و انگلیسی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز گرفت.

تاکنون چهار شماره این نشریه موضوعات روابط عمومی کترونیک (۱ و ۲)، «خبرنامه»، «اخلاق روابط عمومی»، «جایزه های روابط عمومی و جشنواره های روابط عمومی» و «روابط عمومی آنلاین» منتشر شد. مهدی باقریان، صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر این نشریه می‌باشد.

## انتشار نخستین نشریه «روابط عمومی الکترونیک»



نخستین نشریه «روابط عمومی الکترونیک» ویژه تلفن همراه و کاربردهای آن در روابط عمومی به زودی منتشر می‌شود. این نشریه در سه بخش موضوعی، آزاد و روابط‌دارها به مدیر مسؤول و سردبیر مهدی باقریان و زیرنظر هیات تحریر به باحضور جمعی از اساتید برجسته و حرفه‌های روابط عمومی به صورت دوفصلنامه منتشر می‌گردد. بدین‌سویله از کلیه علاقمندان دعوت می‌شود مقالات خود را در موضوعات «روابط عمومی الکترونیک و آنلاین» به نشانی info@iranpr.org ارسال نمایند.

## ۱۶ زمینه همکاری با نشریه کارگزار روابط عمومی

۱۱. انتقال دستاوردها و تجربیات حرفه‌ای
۱۲. همکاران برای آگاهی دیگران
۱۳. تهیه گزارش از برنامه‌ها و سمینارهای روابط عمومی در استان‌ها و شهرستان‌ها
۱۴. انجام مصاحبه و گفت‌وگو با استدان و مدیران موقق روابط عمومی در تهران، استان‌ها و شهرستان‌ها در زمینه‌های مختلف
۱۵. ارسال مقاله، خبر، طرح، عکس و دیگر تولیدات نوشتاری و هنری آن روابط عمومی
۱۶. ارسال هرگونه نظر، انتقاد و پیشنهاد درباره نشریه

۱۴. تهیه و ارسال اخبار روابط عمومی در سطح سازمان، استان و شهرستان محل سکونت
۱۵. تهیه و ارسال واقعیت ویژه مربوط به روابط عمومی
۱۶. مشارکت در تهیه و انتشار نشریه بهینه‌سازی فعالیت‌های روابط عمومی و طرح‌های ابتکاری
۱۷. ارایه نظرات و پیشنهادات در جهت انتقال خاطره‌ها و تجربه به سایر کارگزاران
۱۸. تهیه و ارسال مقالات پژوهشی و تحلیلی محظوظ
۱۹. معرفی کارگزاران شاخص روابط عمومی
۲۰. معرفی فعالیت‌ها و طرح‌های ابتکاری

## دایره المعارف روابط عمومی

- ویژگی‌های اساسی این مجموعه
- در حداود ۴۰۰ مدخل
- همکاری بیش از ۱۰۰ نفر از پروفیلسورها، دانشمندان و متخصصان
- مطالعه این کتاب برای همه مدیران و کارشناسان و همه کسانی که این رشته
- مسؤولانه بیشتر هستند توصیه می‌شود.
- دایرۀ المعارف حاضر، با ذکر مثال‌های از شرح رویدادهای تاریخی،
- حرمه‌های متغیر و افراد برجسته‌ای که این حرفة را بسط و گسترش دادند، به بررسی روند تکاملی حرفة روابط عمومی می‌پردازد. این مجموعه دو مجلدی اولین مجموعه در حرفه روابط عمومی است و برای تمامی کتابخانه‌های که به افاده فعال در زمینه تجارت، ارتباطات و خبرنگاری خدمات ارایه می‌دهد، لازم می‌باشد.

هر آنچه در باره روابط عمومی می‌خواهید  
قیمت دو جلد: ۳۸ هزار تومان  
مطالعه این کتاب برای همه مدیران و کارشناسان و همه کسانی که به نحوی از انحصار با مردم و مشتریان در ارتباط، و به دنبال درآمد و سود مسؤولانه بیشتر هستند توصیه می‌شود.  
دایرۀ المعارف حاضر، با ذکر مثال‌های از شرح رویدادهای تاریخی،  
حرمه‌های متغیر و افراد برجسته‌ای که این حرفة را بسط و گسترش دادند، به بررسی روند تکاملی حرفة روابط عمومی می‌پردازد. این مجموعه دو مجلدی اولین مجموعه در حرفه روابط عمومی است و برای تمامی کتابخانه‌های که به افاده فعال در زمینه تجارت، ارتباطات و خبرنگاری خدمات ارایه می‌دهد، لازم می‌باشد.

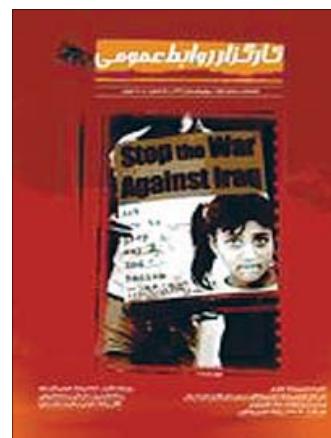
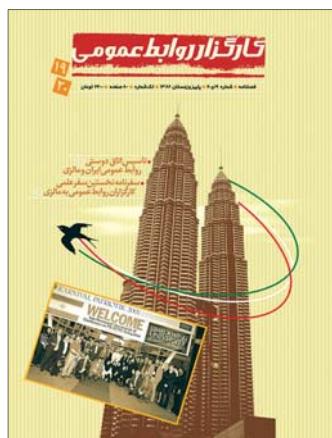
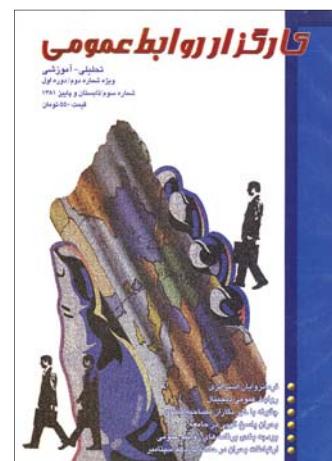
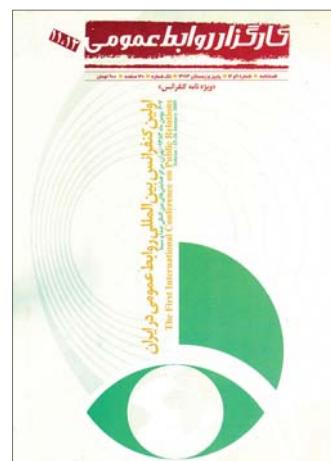
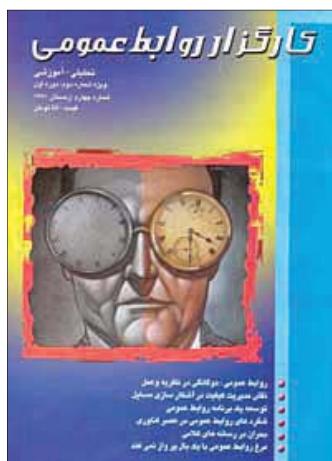
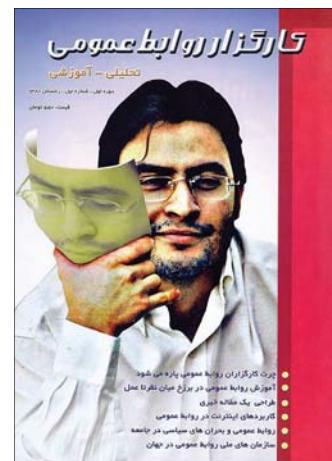
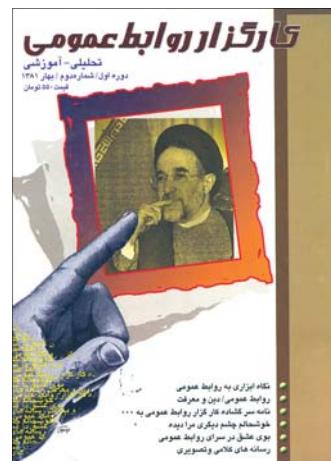
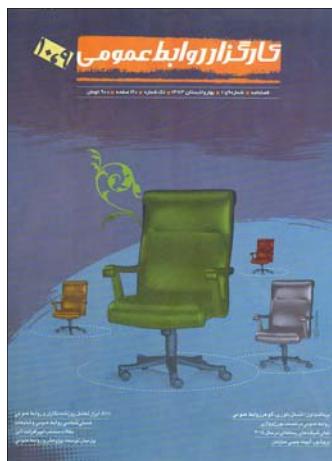
## فرم فروش

نام خانوادگی:	نام:
دانشگاه:	رشته تحصیلی:
سمت:	مقطع:
محل کار:	تلفن محل کار:
تلفن همراه:	تلفن منزل:
دورنگار:	پست الکترونیکی:
نشانی کامل و دقیق پستی (متزل/ محل کار):	
تعداد درخواستی:	کد پستی (برای تهران ۱۰ رقمی):
امضاء و مهر (برای سازمان‌ها):	شماره رسید بانکی برای یک جلد:

متضایران وجه خرید را به حساب مهر شماره ۰۳۰۱۴۴۳۹۶۰۰۰ نزد بانک کشاورزی بنام کارگزار روابط عمومی واریز کرده و اصل رسید مربوطه را به همراه فرم فروش ارسال نمایند.

لازم به ذکر است که برای خرید بیش از ۱۰ سری، ۱۰ درصد تخفیف در نظر گرفته شده است.





# پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

[www.icpr.ir](http://www.icpr.ir)

# سامانه فدمات الکترونیکی روابط عمومی ایران

[www.iprces.ir](http://www.iprces.ir)

## فهرست منابع دیداری و شنیداری روابط عمومی



ردیف	نام برنامه آموزشی	تعداد	سخنران	زبان	قیمت
۱	اصول، فنون و نگرش‌های نوین روابط عمومی (برگرفته از اولین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران)	۷ عدد	سخنرانی ۱۳ متخصص روابط عمومی، ارتباطات و مدیریت فناوری اطلاعات	فارسی - انگلیسی	۳۲۰,۰۰۰
۲	فناوری اطلاعات و کاربردهای آن در روابط عمومی	۱	دکتر علی اکبر جلالی، متخصص فناوری اطلاعات	فارسی	۳۵۰۰۰
۳	آموزش روابط عمومی در ایران	۱	دکتر کاظم معتمدزاد، پدر ارتباطات نوین ایران	فارسی	۳۵۰۰۰
۴	نقش روابط عمومی در شناساندن یک کشور	۱	لولا زالمه، ریس انجمن بین‌المللی روابط عمومی	انگلیسی	۳۵۰۰۰
۵	بازار پیام و سیستم‌های باز	۱	دکتر مهدی محسینیان راد، استاد دانشگاه امام صادق (ع)	فارسی	۳۵۰۰۰
۶	اهداف و استراتژی‌های روابط عمومی	۱	دیو راینسنون، معاون مدیر منطقه‌ای شرکت هیل و نوتون در خاورمیانه	انگلیسی	۳۵۰۰۰
۷	روابط عمومی و چالش‌های هزاره سوم	۱	دکتر علی اکبر فرهنگی، استاد دانشگاه تهران	فارسی	۳۵۰۰۰
۸	روابط عمومی بین‌المللی	۱	ریچارد آلفرد لینینگ، ریس کنفرانس روابط عمومی و عضو هیات مدیره انجمن بین‌المللی روابط عمومی	انگلیسی	۳۵۰۰۰
۹	روابط عمومی و رسانه‌های تصویری	۱	هارون سوکیج، نایب ریس و مدیر عملیاتی شبکه	انگلیسی	۳۵۰۰۰
۱۰	واقعیت روابط عمومی و آنچه که روابط عمومی نیازمند است	۱	جان ساندرز، ریس انجمن بین‌المللی ارتباطات و مدیرعامل شرکت فلیشن هیلارد	انگلیسی	۳۵۰۰۰
۱۱	روابط عمومی، اهمیت و وظایف	۱			۱۵۰۰۰
۱۲	مدیریت روابط عمومی	۱			۱۵۰۰۰
۱۳	ماهیت و هدف برنامه ریزی	۲			۲۸۰۰۰
۱۴	روش‌های مناسب ارتباط با مراجعین	۲			۲۸۰۰۰
۱۵	اصول گزارش نویسی	۳			۴۲۰۰۰
۱۶	مدیریت پجران	۱			۱۰۰۰۰
۱۷	چگونه سخنرانی کنیم؟	۱			۱۰۰۰۰
۱۸	راه‌های سخن‌گفتن موثر	۱			۱۰۰۰۰
۱۹	سخنرانی موثر	۱			۱۰۰۰۰
۲۰	تماس تلفنی موثر	۱			۱۰۰۰۰
۲۱	سرود روابط عمومی	(DVD) ۱			۵۰۰۰۰
۲۲	مدیریت استراتژیک	(DVD) ۱			۵۷۵۰۰

### مشخصات فنی (قطع جدید ۵/۲۸×۲۸)

#### یادآوری :

- هزینه طراحی، عکاسی و سفارش‌های ویژه به عهده سفارش دهنده می‌باشد.
- نشریه در برابر کیفیت یا کمیت تولید و اجرای سفارش مسئول است
- مسئولیت‌های ناشی از موضوع سفارش به عهده سفارش دهنده است
- پرداخت هرگونه وجه تنها با دردست داشتن نامه کتبی با مهر و امضای کارگزار روابط عمومی معتبر خواهد بود.

نشانی: تهران- صندوق پستی: ۱۹۳۹۵/۶۹۸۶

تلفن تماس: ۸۸۳۱۵۲۷۰ - ۴ - ۸۸۳۲۱۲۳

وب سایت: www.iranpr.org- www.icpr.ir- www.iprces.ir  
پست الکترونیک: info@iranpr.org

تعرفه  
چاپ آگهی

فصلنامه کارگزار روابط عمومی  
دو فصلنامه فنون روابط عمومی  
دو فصلنامه روابط عمومی الکترونیک

ردیف	صفحه	مبلغ (ریال)
۱	پشت جلد	۱۸,۰۰۰,۰۰۰
۲	صفحه دوم	۱۱,۰۰۰,۰۰۰
۳	صفحه سوم	۹,۰۰۰,۰۰۰
۴	صفحات داخلی	۷,۰۰۰,۰۰۰

Conferences & Seminars

International Exhibitions

Marketing Solutions

Sales Promotion Materials

Training Courses & Materials

Outsource your Worries!  
M&T is There for it.

info@MandTgroup.com  
www.MandTgroup.com

راهکارهای بازاریابی

برگزار کننده کنفرانس ها و سمینارهای بین المللی

برگزار کننده نمایشگاه های بین المللی داخلی و خارجی

دوره ها و کارگاه های آموزشی

خدمات و امکانات پیشبرد فروش



دغدغه هایتان را برون سپاری کنید!



با شماست

### دبیرخانه دائمی کنفرانس

۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹ - ۰۹۲۲۹۴۴۹۰۴۸

نشانی پستی: تهران - صندوق پستی ۱۹۳۹۵/۶۹۸۶  
پایگاه ابتدئی: www.ICPR.ir  
پست الکترونیک: info@ICPR.ir

### ستاد اجرایی کنفرانس

تلفن: ۰۲۲۳۶۷۹۴۳، ۰۲۲۳۶۶۹۴۸  
۰۲۲۳۶۶۲۳۰، ۰۲۲۳۶۶۱۴۰، ۰۲۲۳۶۶۹۱۱  
فکس: ۰۲۲۳۶۷۷۸۹  
نشانی پستی: تهران - میدان صنعت شهرک غرب - بلوار یونک باختری - بلوار درختی - گلستان یک - ک. پ: ۱۹۹۸۱۳۶۹۴۴

### زمینه‌سنجی پنجمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

۱	آخرین مهلت ارسال چکیده مقالات	۳۰ شهریور
۲	اعلام پذیرش چکیده مقالات	۱۰ شهریور
۳	آخرین مهلت ارسال اصل مقالات	۳۰ مهر
۴	آخرین مهلت ثبت نام در کنفرانس	۳۰ شهریور
۵	آخرین مهلت ثبت نام در کارگاه های آموزشی	۳۰ شهریور
۶	آخرین مهلت ثبت نام در نمایشگاه	۳۰ شهریور
۷	آخرین مهلت حضور در ویژه نامه و کتاب کنفرانس	۳۰ شهریور
۸	اعلام برنامه روزهای کنفرانس	۳۰ مهر
۹	برگزاری کنفرانس	۱۳ و ۱۴ آبان

### دعوت به همکاری و همکاری

برگزار کنندگان کنفرانس مفتخر خواهند بود با توجه به اهمیت روابط عمومی و نقش آن در تحولات مختلف و تحقق اهداف سازمانها و شرکت های دولتی و خصوصی و اثرات و تعیمات آن، از نظرات و تجربیات ارزشمند همکاران ارجمند در راستای برگزاری هر چه مطلوب تر کنفرانس بهره مند گردند.

### قابل توجه شرکت کنندگان

کسانی که تاکنون موفق به دریافت گواهی شرکت در کنفرانس چهارم نشده‌اند، با دبیرخانه کنفرانس تماس حاصل نمایند.



# بانک کشاورزی

بانک همه مردم ایران

[www.agri-bank.ir](http://www.agri-bank.ir)



بانکداری الکترونیک را با بانک کشاورزی تجربه کنید

روابط عمومی  
مرکز شباهنگ ارتباطسازی: ۰۲۱-۸۱۳۰۱-۳۰ خط  
[www.agri-bank.ir](http://www.agri-bank.ir)