

به منظور بررسی رویکردهای نوین صنعت روابط عمومی

اولین همایش بین المللی روابط عمومی ۲ آبان ماه برگزار می شود

تحولات برای فعالان این حوزه به عنوان عوامل موثر بر تصمیم سازی نه تنها ضرورت بلکه امری اجتناب ناپذیر است. این همایش فرصتی است برای اهالی این فن تا چگونگی بکارگیری ابزارهای روابط عمومی ۲ را در سازمان ها و شرکت های خود به دقت بررسی و ارزیابی نمایند. درک و شناخت روابط عمومی در عصر رسانه اجتماعی، روابط عمومی از طریق کار شبکه آنلاین و آفلاین، همگرایی رسانه و ارتباطات و تاثیر آن بر روابط عمومی و ارزیابی تلاش های روابط عمومی در رسانه های جدید از جمله مباحث تخصصی قابل طرح در این همایش به شمار می رود.

صفحه ۳

نخستین همایش بین المللی روابط عمومی ۲، با هدف آشنایی بیشتر فعالان عرصه روابط عمومی با تحولات ناشی از تنوع روزافزون رسانه ها به ویژه در قالب ارتباطات از راه دور و بکارگیری این ابزار در مسیر تحقق اهداف سازمانی با حضور متخصصان، مدیران، کارشناسان روابط عمومی و مدیران ارشد بازاریابی، سازمان های کارآفرین و صاحب نظران، ۲۲ آبان ماه از سوی مؤسسه کارگزار روابط عمومی و دبیرخانه دائمی کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران برگزار خواهد شد. سرعت تحولات در حوزه رسانه ها و ارتباطات از راه دور و تاثیرگذاری آن بر تعاملات فردی، اجتماعی، سازمانی و بین المللی موج جدیدی را در روابط عمومی مطرح کرده است که آشنایی با این

بزرگترین جایزه سال روابط عمومی برای پدر فناوری اطلاعات ایران

دکتر علی اکبر جلالی پدر
فناوری اطلاعات ایران
بزرگترین جایزه سال
روابط عمومی را دریافت خواهد
کرد.

صفحه ۶

کارگزار روابط عمومی
شرکت مشاوره جهانی هنر هشتم

PR2.0
Conference on
Public Relations 2.0
Tehran - 13 Nov. 2009
تهران - ۲۲ آبان ماه ۱۳۸۸

اولین همایش بین المللی روابط عمومی ۲

www.iranpr.org
info@iranpr.org

رییس جدید انجمن متخصصان روابط عمومی ایران انتخاب شد

در جلسه انجمن متخصصان روابط عمومی ایران که روز پنج شنبه، ۲۸ خردادماه در محل دفتر انجمن برگزار گردید، مهدی باقریان با اکثریت آراء به سمت ریاست جدید انجمن انتخاب شد. همچنین حامد رضا اسماعیلی به سمت نایب رئیس و سیدشهاب سیدمحسنی به عنوان خزانه دار، انتخاب شدند.

نظرسنجی ملی ارزیابی روابط عمومی الکترونیک

برای اولین بار، نظرسنجی ملی ارزیابی روابط عمومی الکترونیک توسط دبیرخانه دائمی کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران انجام خواهد شد.

این نظرسنجی بخشی از یک پروژه تحقیقاتی برای «اولین همایش بین المللی روابط عمومی ۲» خواهد بود که در ۲۲ آبان ماه ۱۳۸۸ در مرکز همایش های بین المللی صداوسیما برگزار خواهد شد و نتایج به دست آمده در اختیار شرکت کنندگان قرار خواهد گرفت.

مهلت ثبت نام در اولین همایش بین المللی «روابط عمومی ۲»

مهلت ثبت نام در اولین همایش بین المللی «روابط عمومی ۲» تا پایان وقت اداری تاریخ ۸۸/۰۷/۲۰ است، بنابراین مدارک مورد نیاز برای ثبت نام باید حداکثر تا تاریخ یاد شده به دبیرخانه اولین همایش بین المللی «روابط عمومی ۲» رسیده باشد. چنانچه به هر دلیل، مدارک ثبت نام در زمان مقرر دریافت نگردد فقط در صورتی که ظرفیت پذیرش تکمیل نشده باشد از متقاضیان ثبت نام به عمل خواهد آمد.

روابط عمومی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا برای تمایز خود در مسایل مختلف و نیز پاسخگویی تلاش کنند.

رابرت ال. هیث

روی میز سردبیر



کارگزار روابط عمومی در مسیر توسعه

مهدی باقریان (آ. پی. آ.) *

موسسه کارگزار روابط عمومی فعالیت‌های خود را در زمینه روابط عمومی و ارتباطات حدود ۱۵ سال پیش آغاز کرده و پس از بررسی و برنامه‌ریزی‌های لازم، توسعه فعالیت‌های روابط عمومی بین‌المللی را به عنوان هدف اساسی خود برای ارتباط با شبکه‌های جهانی ارتباطات و روابط عمومی به خصوص در بین کشورهای مسلمان و همسایه مورد توجه قرار داده است.

در همین راستا ضمن ارتباط و انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری با کشورهای مسلمان و همسایه^(۱)، انجمن‌های بین‌المللی روابط عمومی^(۲)، برگزاری تورهای علمی و آموزشی روابط عمومی را تدارک، برنامه‌ریزی و به انجام رسانده است.

در همین ارتباط پنجمین دوره کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران را در آبان ماه سال گذشته برگزار نموده و توانسته است برای سومین سال متوالی، تور علمی آموزشی روابط عمومی ایران در مالزی را با حضور بیش از ۱۲۰ نفر از کارشناسان و متخصصان حوزه ارتباطات و روابط عمومی در طی دو دوره به انجام برساند. این موسسه موفق شده است با برگزاری پنج دوره کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی که طی ۵ سال متوالی برگزار شده است، بیش از ۴۵۰۰ نفر از مدیران، کارشناسان و متخصصان روابط عمومی ایران را در کنار بیش از ۱۰۰ نفر از صاحب‌نظران، اندیشمندان و کارشناسان حوزه ارتباطات و روابط عمومی از سراسر جهان، منجمه کشورهای مسلمان برای بحث، تبادل نظر و آرایه راهکارهای عملی و علمی برای ارتقاء هنر و حرفه روابط عمومی گرد هم آورد.

خوشبختانه با انجام فعالیت‌های فوق، بویژه برگزاری تورهای علمی و آموزشی این موسسه در کشورهای دیگر و برگزاری کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، نمایندگان روابط عمومی کشورهای میهمان، سفیران و سخنگویانی صادق در کشورهای خود بوده‌اند، به گونه‌ای که بسیاری از آن‌ها پس از حضور در ایران و شرکت در این کنفرانس‌ها، به عظمت، بزرگی و جایگاه علمی و تاریخی ایران بیشتر واقف شده و این امر در خنثی‌سازی اقدامات گسترده رسانه‌های غربی در آرایه تصویری مخدوش و غیرواقعی از فرهنگ غنی ایرانی و دینی نقش بسزائی داشته است و در همین ارتباط، تقدیر کتبی وزیر امور خارجه کشورمان از تأثیرات بین‌المللی فعالیت‌های موسسه کارگزار روابط عمومی، قابل ذکر است.

ما امروز مفتخریم که به عنوان عضوی کوچک از جامعه بزرگ ایران اسلامی، با حمایت و همراهی مدیران سختکوش و فهیم حوزه ارتباطات و روابط عمومی، نقشی ارزشمند و موثر را در راه اعتلای نام ایران بر عهده گرفته و تا آنجا که در توان داشته‌ایم در رسیدن به این هدف بزرگ تلاش کرده‌ایم و آنچه را از قدرت و توانمندی حوزه ارتباطات و روابط عمومی در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی عرضه کرده‌ایم با نام ایران سرافراز، عجبین و همراه بوده است.

علاوه بر آن، با حمایت و پشتیبانی قاطع مدیران و کارشناسان حوزه روابط عمومی و ارتباطات در پنجمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران در روز ۱۴ آبان ماه سال گذشته، "انجمن روابط عمومی مسلمانان" با حضور و عضویت کشورهای مالزی و اندونزی پایه‌گذاری شد. در حاشیه پنجمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران و با حضور مسلم باسیا، رئیس انجمن روابط عمومی اندونزی و پروفیسور حمدان عدنان، رئیس موسسه روابط عمومی مالزی در راستای ایجاد، توسعه و تقویت روابط میان کارگزاران مسلمان روابط عمومی در سراسر جهان، برای دفاع از مبانی مترقی و پیشرفته دین مبین اسلام، گام‌های اولیه برای تأسیس انجمن روابط عمومی مسلمانان برداشته شد تا انشاءاله زمینه‌های لازم برای ایجاد بسترهای برقراری ارتباط با دیگر مسلمانان و کارگزاران روابط عمومی در کشورهای مسلمان برای تشریح مبانی بشردوستانه دین مبین اسلام و ترویج فرهنگ زندگی مسالمت آمیز بر اساس اعتماد و احترام متقابل بین تمامی آحاد مردم در سرتاسر جهان فراهم آید.

در ادامه این تلاش‌ها، اولین همایش بین‌المللی روابط عمومی ۲ (PR2.0) به همت موسسه کارگزار روابط عمومی، ۲۲ آبان ماه ۱۳۸۸ در مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما برگزار می‌شود. این همایش با رویکرد آرایه دستاوردهای نوین صنعت روابط عمومی و ارتباطات، با تأکید بر فن‌آوری‌های نوین در این حوزه، با فراخوان مقاله و دعوت از متخصصان ایرانی و خارجی، توان توسعه و رقابت پایدار و متعادل را در قالب دانش نوین روابط عمومی در اختیار شرکت‌کنندگان قرار خواهد داد.

در خاتمه با آرزوی تداوم این فعالیت‌های شایسته، از همکاری کلیه استادان، مدیران و کارشناسان روابط عمومی سراسر کشور، مدیران ارشد سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و خصوصی که با مساعدت صادقانه خود، زمینه‌ها و بسترهای اجرای این برنامه‌ها را امکانپذیر نموده‌اند، سپاسگزاری می‌نماید.

مدیرعامل و رئیس هیات مدیره موسسه

۱. مانند مالزی، ترکیه، هند و اندونزی

۲. از جمله انجمن روابط عمومی مالزی، کنفدراسیون روابط عمومی اروپا، انجمن روابط عمومی اتحادیه آسه آن، انجمن روابط عمومی هند، انجمن روابط عمومی اندونزی، آکادمی ارتباطات بازاریابی بین‌المللی کره جنوبی و ...

* ای پی آر (APR) یا اعتبارنامه متخصصان روابط عمومی، گواهینامه حرفه‌ای برای متخصصان روابط عمومی است که به منظور شناسایی دست‌اندرکاران دارای قابلیت و تجربه کاری طراحی شده است و بزرگترین نشان حرفه‌ای در روابط عمومی به شمار می‌رود. این اعتبارنامه در سال ۱۳۸۷ برای نخستین بار در ایران توسط موسسه روابط عمومی مالزی و با مجوز شورای خبرگان اعتبارنامه با مجوز سلطنتی طی مراسمی با حضور سفیر جمهوری اسلامی ایران در دانشگاه بین‌المللی اسلامی (ایستک) به مهدی باقریان اعطاء شد.

احساس من در مورد روابط عمومی این است که توجه به روابط عمومی در مرکز فرآیند تصمیم گیری خواهد بود.

هارولد برسون

اولین همایش بین المللی «روابط عمومی ۲»

۲۲ آبان ماه ۱۳۸۸

مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما

«رسانه جدید، ابزار جدید، مخاطبان جدید»

❁ «روابط عمومی ۲» چیست؟

اصطلاح «روابط عمومی ۲» برای توصیف عرصه و دوره جدید روابط عمومی به کار می رود. صنعت روابط عمومی در طی دهه اخیر در مقایسه با قرن اخیر، تحولات بنیادی پرشتایی را پشت سر گذاشته است که عمدتاً به خاطر دسترسی به جوامع جدید یا رسانه اجتماعی و ابزارهای مرتبط به آن بوده است. کاربرد این ابزار نقش فعالان روابط عمومی را از تنها یک انتقال دهنده پیام به فردی که در یک گفتگوی دوجانبه یا دو گروه یا جامعه قرار دارد، تغییر داده است. گفتگو و همکاری با مخاطبان که به نوعی شرکت کننده نیز هستند، پایه و اساس «روابط عمومی ۲» است.

❁ معرفی همایش

اولین همایش بین المللی «روابط عمومی ۲» که به همت موسسه برگزار روابط عمومی برگزار می شود برای دست اندرکاران ارتباطات و روابط عمومی این فرصت را فراهم می سازد که به کارگیری ابزارهای «روابط عمومی ۲» را در سازمان ها و شرکت های خود به دقت بررسی و ارزیابی نمایند.

اولین همایش بین المللی «روابط عمومی ۲» با رویکرد ارایه دستاوردهای نوین صنعت روابط عمومی، با فراخوان مقاله و دعوت از متخصصان ایرانی و خارجی، توان توسعه و



PR2.0
Conference on
Public Relations 2.0



فرم ثبت نام در نخستین همایش بین المللی روابط عمومی ۲ (PR2.0)

به زبان فارسی		به زبان انگلیسی
نام		
نام خانوادگی		
شرکت / سازمان		
استان	شهر	
سمت	آخرین مدرک تحصیلی	☐ دیپلم ☐ کاردانی ☐ کارشناسی ☐ کارشناسی ارشد ☐ دکترا
شته تحصیلی	دانشگاه محل تحصیل	
درس محل کار/کدپستی		
لفن / کدشهرستان	فکس / کدشهرستان	
موبایل	ایمیل	
نوع ثبت نام	☐ شرکت / سازمان ☐ شخصی / دانشجو و استاد	نحوه پرداخت ☐ فیش واریزی شهریه ثبت نام ☐ چک
	تاریخ فیش / چک	
فرزیه شرکت در همایش شامل: امکانات آموزشی، پذیرایی و صدور گواهینامه می باشد.		

مزیه ثبت نام

تا تاریخ ۸۸/۰۷/۲۰	بعد از تاریخ ۸۸/۰۷/۲۰	
۱/۵۰۰/۰۰۰	۱/۹۰۰/۰۰۰	همایش
۱/۵۰۰/۰۰۰	۱/۹۰۰/۰۰۰	کارگاه ها

❁ اهداف همایش

- آشنایی با مفاهیم اولیه «روابط عمومی ۲» و شناسایی و تبیین نقش و جایگاه آن در فرآیند توسعه پایدار
- شناخت اصول راه اندازی، مدیریت، پیمایش و توسعه «روابط عمومی ۲»
- ارایه راهکارهای مناسب به منظور بکارگیری و بهره مندی از کاربردها و مزایای «روابط عمومی ۲»
- آشنایی با تجربیات پیاده سازی «روابط عمومی ۲» در ایران و سایر کشورها
- بررسی نقش «روابط عمومی ۲» در مدیریت و خدمات اجتماعی
- شناسایی چالش ها و راهبردهای تحقق «روابط عمومی ۲»
- تبادل دستاوردها و تجارب شرکت ها و سازمان های برتر در زمینه بکارگیری فناوری اطلاعات
- پیشبرد برند و خوشنامی از طریق رسانه اجتماعی
- درگیر کردن سرمایه گذاران، کارشناسان و مدیران روابط عمومی در چشم انداز رسانه جدید
- توسعه و ترویج فرهنگ تحقیق و پژوهش در زمینه «روابط عمومی ۲» و مباحث مدیریت فناوری اطلاعات

❁ مخاطبان همایش

- متخصصان، مدیران و کارشناسان روابط عمومی
- مدیران ارشدی که رقابت، رشد و ثبات در بازار، از کلیدی ترین اهداف آنهاست
- مدیران بازاریابی و فروش که به دنبال ارتقا دانش و توانمندی های حرفه ای خود می باشند
- صاحبان مشاغل که همواره به راه های نو توفیق در بازار می اندیشند
- کسانی که علاقمند به آموختن دانش بازاریابی و آگاهی از تجارب عملی شرکت های موفق می باشند
- سازمان های کارآفرین و کسب و کارهای کوچک
- شرکت های فعال در مدیریت اطلاعات و دانش سازمانی
- شرکت های مشاوره و ارایه آموزش های سازمانی
- سازمان های خدمات بیمه ای و خدمات عمومی

❁ فراخوان مقاله

- درک و شناخت روابط عمومی در عصر رسانه اجتماعی
- روابط عمومی از طریق کار شبکه اجتماعی آنلاین و آفلاین
- همگرایی رسانه و ارتباطات و تاثیر آن بر روابط عمومی
- ارزیابی تلاش های روابط عمومی در رسانه های جدید
- ارتقای نام تجاری با استفاده از رسانه های اجتماعی
- مشارکت گروه های ذینفع در رسانه های جدید
- روابط عمومی ۲: کلیدی برای تخصصی ماندن در مواجهه با آینده
- دگرگونی، پویایی، تاثیرگذاری و نفوذ رسانه ها: فرصت ها و چالش ها
- رسانه های جدید، قواعد جدید و مهارت های جدید
- تضمین تلاش های روابط عمومی در چشم انداز رسانه ای جدید
- روابط عمومی ۲: مزایا و روش های جدیدی برای تفکر، خلاقیت و خودباوری

دعوت به مشارکت در نخستین همایش بین‌المللی «روابط عمومی ۲»

۲۲ آبان ماه ۱۳۸۸
مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما

مقدمه

پیشرفت و توسعه اقتصادی- فرهنگی مبتنی بر دانش، جز از طریق درک علوم زنده دنیا، بومی‌سازی آن‌ها، توسعه علوم جدید و در نهایت بسط و گسترش آن‌ها در حوزه‌های کاربردی امکان‌پذیر نیست. همایش‌های علمی، با ایجاد تبادل تجارب و اندیشه‌ها، بستری مناسب و بسیار سریع و موثر را برای این منظور فراهم می‌سازند. هر چه برنامه اجرایی و کیفیت علمی یک همایش، از سطح بالاتری برخوردار باشد، تاثیرگذاری آن نیز افزون‌تر می‌گردد.

برگزارکنندگان همایش اعتقاد دارند، موفقیت در این حوزه بسیار مهم، جز بایاری و حمایت دانشجویان، اساتید، دانشگاهیان و مراکز علمی و پژوهشی کشور به عنوان نگاه‌های هوشیار درک علوم و پیشرفت‌های آن از یک سو و حمایت مدیران و کارشناسان روابط عمومی به عنوان مجریان و استفاده‌کنندگان برترین نظریات علمی از سوی دیگر حاصل نخواهد شد. بنابراین شما می‌توانید در یکی از دو قالب زیر در این همایش مشارکت نموده و از این حرکت ملی و علمی حمایت نموده و در بخش‌های مختلف همایش حضور فعالی داشته باشید.

حمایت علمی

هدف اصلی از حمایت علمی و مالی از این همایش، کمک به ترویج استراتژی‌ها و مهارت‌های "روابط عمومی ۲" در کلیه سازمان‌ها و مراکز آموزشی، پژوهشی و صنعتی است تا از این طریق، پژوهشگران به جای شیوه‌های سنتی، به بومی‌سازی و بکارگیری این تکنیک‌ها در عمل بپردازند و از منافع آن سود برند. بنابراین کلیه مراکز و یا افراد با شرایط زیر می‌توانند به حمایت‌کنندگان این همایش بپیوندند:

۱. دانشگاه‌ها
۲. متخصصان، مدیران و کارشناسان روابط عمومی، ارتباطات، تبلیغات، فناوری اطلاعات، مدیریت و صنایع (مدیران و کارشناسان صادرات، تبلیغات بازرگانی، بازاریابی تجاری و فروش)
۳. مدیران و روسای سازمان‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور
۴. انجمن‌های علمی و صنفی
۵. موسسات علمی و پژوهشی
۶. اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های دوستی
۷. نشریات (علمی- پژوهشی و علمی- ترویجی) (مدیران مسوول، سردبیران، خبرنگاران و نویسندگان رسانه‌های گروهی)
۸. دانشجویان

حمایت‌های مالی شامل:

- بهره‌مندی از خدمات مشاوره‌ای
- بهره‌مندی از فرصت‌های اعتباری و حضور در همایش
- بهره‌مندی از فرصت‌های اطلاع رسانی
- بهره‌مندی از فرصت‌های تبلیغاتی
- علاقمندان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر و اطلاع از جزئیات حمایت‌های موردنظر، با شماره تلفن‌های دبیرخانه همایش ۸۲۱۰۲۸۱ و ۸۶۱۷۵۷۷ تماس حاصل نمایند.

سخنرانان اصلی

اولین همایش بین‌المللی روابط عمومی ۲

دکتر داود زارعیان دبیر کمیته علمی نخستین همایش بین‌المللی روابط عمومی ۲ در گفتگو با ستاد خبری، سخنرانان اصلی همایش را به شرح زیر (براساس حروف الفبا) اعلام کرد:

دکتر حسین افخمی

- مدیر گروه علوم ارتباطات - دانشکده علوم ارتباطات - دانشگاه علامه طباطبائی
- عضو هیأت علمی گروه علوم ارتباطات - دانشکده علوم ارتباطات - دانشگاه علامه طباطبائی
- رییس مرکز پژوهش‌های ارتباطات - دانشکده علوم ارتباطات - دانشگاه علامه طباطبائی
- ویرایش علمی دایره المعارف روابط عمومی (دو جلدی)



دکتر حسن بشیر

- رییس و معاون پژوهشی دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات - دانشگاه امام صادق (ع)
- عضو هیأت علمی گروه فرهنگ و ارتباطات - دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات - دانشگاه امام صادق (ع)
- استاد آکادمی اکسفورد برای تحصیلات عالی، اکسفورد، انگلیس به مدت سه سال
- سردبیر فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی



دکتر علی اکبر جلالی

- معاون پژوهشکده الکترونیک - دانشگاه علم و صنعت ایران
- مؤسس نخستین روستای الکترونیکی جهان
- عضو هیأت مدیره انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی
- پژوهشگر و محقق برتر IT کشور در سال ۱۳۸۲



دکتر یونس شکرخواه

- عضو هیأت علمی علوم ارتباطات - دانشگاه تهران
- عضو هیأت ریسه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی
- عضو کمیته راهبری اجلاس آسیا - اقیانوسیه WSIS
- سردبیر سایت همشهری آنلاین



دکتر سید وحید عقیلی

- رییس دانشکده علوم انسانی و اجتماعی - واحد علوم و تحقیقات - دانشگاه آزاد اسلامی
- عضو هیأت علمی گروه ارتباطات - دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی - تهران مرکز
- دبیر سرویس اقتصادی، عضو شورای سردبیری روزنامه انگلیسی زبان تهران تایمز - به مدت ۱۲ سال
- سردبیر فصلنامه رسانه به مدت پنج سال



مشاوره روابط عمومی در یک جاده دو طرفه عمل می‌کند. او عامه مردم را برای مشتری و مشتری را برای عامه مردم تعبیر و تفسیر می‌کند.
ادوارد برنیز

جایزه دکتر حمید نطقی



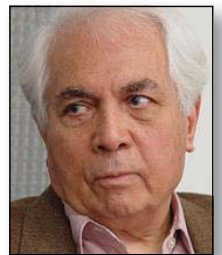
جایزه دکتر حمید نطقی بنیانگذار روابط عمومی ایران به طور خلاصه نام جایزه‌ای است که هرساله توسط موسسه کارگزار روابط عمومی به افراد شایسته و شاخص در حوزه روابط عمومی، ارتباطات و رسانه‌های جدید اهدا می‌شود.

دکتر حمید نطقی

دکتر حمید نطقی (۱۳۷۸-۱۲۹۹)، بنیانگذار روابط عمومی نوین ایران، برای همیشه طرز تفکر ما را در مورد روابط عمومی تغییر داد. وی از طریق دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، که خود در شکل دهی آن نقش بسزایی داشت به تربیت نیروهای جوان، خوشفکر، مردم دوست و آشنا به مبانی ارتباطات انسانی و اجتماعی پرداخت. موسسه کارگزار روابط عمومی و دبیرخانه دائمی کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران برای ادای احترام به دکتر نطقی و بزرگداشت ارزش‌هایی که او از آن‌ها حمایت می‌کرد، به معرفی جوایز و تندیس دکتر نطقی پرداخت.

برندگان جوایز

• پروفیسور کاظم معتمدنژاد پدارتباطات نوین ایران (۲۵ آبان ۱۳۸۳)
پروفیسور کاظم معتمدنژاد ضمن مشارکت فعال در تاسیس دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی و راه‌اندازی دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری، پیش‌گام توسعه همه‌جانبه دانش ارتباطات در کشور به شمار رفته و از طریق تالیف آثار گران‌بها در زمینه وسایل ارتباط جمعی، روزنامه‌نگاری و حقوق مطبوعات، تدریس در دانشگاه‌ها و برگزاری همایش‌های ملی و منطقه‌ای در جهت تعمیق فرهنگ و گسترش دانش ارتباطات کوشیده است.
دکتر معتمدنژاد در سال تحصیلی ۷۴-۷۳ به عنوان استاد نمونه دانشگاه‌های کشور از دست ریاست جمهوری وقت لوح تقدیر دریافت کرده است. همچنین در سال ۱۳۸۴ و بر اساس مصوبه هیات دولت نشان درجه یک دانش را از دستان رییس‌جمهوری وقت دریافت نمود.



• پروفیسور جیمز گرانیگ استاد ممتاز روابط عمومی در گروه ارتباطات دانشگاه مریلند کالج پارک آمریکا (۲۶ آبان ۱۳۸۴)
جیمز گرانیگ استاد ممتاز روابط عمومی در گروه ارتباطات دانشگاه مریلند کالج پارک آمریکا است. وی برنده سه جایزه اصلی در روابط عمومی بوده است: جایزه پاس فاینر به خاطر ممتاز بودن در تحقیقات روابط عمومی موسسه تحقیقات و آموزش روابط عمومی، جایزه مری برجسته انجمن روابط عمومی آمریکا و جایزه جکسون و جکسون واگنر به خاطر پژوهش علوم رفتاری بنیاد آر اس ای.
وی همچنین برنده بهترین جایزه دوران زندگی خود از سوی انجمن آموزش روزنامه نگاری و ارتباطات جمعی و جایزه پاول جی دوچمان به خاطر تحقیقات ممتاز بوده است.



دعوت به مشارکت در اهدای جایزه

افراد و سازمان‌هایی که مایلند برای اعتلای حرفه و صنعت روابط عمومی در برگزاری باشکوه مراسم اعطای جایزه مشارکت فعال داشته باشند با دبیرخانه همایش تماس بگیرند.

PR2.0
Conference on
Public Relations 2.0



کارگاه آموزشی مدیریت و مهارت‌های روابط عمومی ۱

دوره‌ها: مدیریت روابط عمومی
مدیریت ارتباط با رسانه‌ها
مدیریت تبلیغات اینترنتی
مدیریت روابط عمومی الکترونیکی
مدیریت انتشارات

علاقتمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن‌های ذیل تماس حاصل نمایند.

۰۹۱۲ ۱۹۳ ۸۴ ۱۹ - ۸۸ ۲۱۰ ۲۸۱

www.iranpr.org

روابط عمومی حرفه‌ای است که نباید به فکر دستکاری افکار مردم به سمت خاص باشد بلکه باید همیشه به فکر تنویر افکار آن‌ها باشد.

کارول جی بیتمن

بزرگترین جایزه سال روابط عمومی برای پدر فناوری اطلاعات ایران

و صدها برنامه رادیویی و تلویزیونی و صدها مقاله و مصاحبه در روزنامه‌ها و مجلات داخلی و تالیف و ترجمه بیش از ۲۰ عنوان کتاب علمی و ترویجی رسالت سنگین فرهنگ سازی توسعه کاربردهای فناوری اطلاعات را انجام داده است.

وسعت خدمات دکتر جلالی در سطح کشور به گونه‌ای بوده است که مردم ایشان را به عنوان پدر فناوری اطلاعات ایران می‌شناسند. علاوه بر موارد فوق، دکتر جلالی جزء اولین کارشناسانی است که بحث روابط عمومی الکترونیکی را مطرح و با طراحی و اجرای پروژه‌های مختلف در استقرار روابط عمومی الکترونیک در سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و بخش خصوصی، آرایه مشاوره‌ها و سخنرانی‌های متعدد در کنفرانس‌های ملی و بین‌المللی و کارگاه‌های آموزشی روابط عمومی سهم بسزایی در تولید و ایجاد افق‌های جدید علمی و فناوری در حوزه روابط عمومی داشته است.

ایشان چند سالی به عنوان مدیر کل روابط عمومی دانشگاه علم و صنعت ایران خدمت کرده و منشاء خدمات موثر و نوآوری‌های فراوانی در حوزه روابط عمومی بوده است.

گفتنی است همزمان با اهداء این جایزه، کتاب روابط عمومی ۲، منتخبی از سخنرانی‌های علمی نامبرده در زمینه روابط عمومی در سه سی دی و زندگی نامه حرفه‌ای دکتر علی اکبر جلالی منتشر خواهد شد.

جایزه دکتر نطقی بنیانگذار روابط عمومی ایران، جایزه‌ای است که به منظور ادای احترام به دکتر نطقی و پاسداشت ارزش‌هایی که او از آن‌ها حمایت می‌کرد، توسط موسسه کارگزار روابط عمومی و دبیرخانه دائمی کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران در سال ۱۳۸۳ طراحی شده است.

جایزه دکتر نطقی نخستین بار در سال ۱۳۸۳ در مراسم برگزاری اولین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران به پروفیسور کاظم معتمدنژاد پدر علوم ارتباطات نوین ایران و در سال ۱۳۸۴ طی مراسمی به پروفیسور جیمز گرانیگ استاد ممتاز روابط عمومی در گروه ارتباطات دانشگاه مریلند کالج پارک آمریکا و مدبر نظریه «تعالی» اهداء گردید، و دکتر جلالی سومین دریافت کننده این جایزه بزرگ روابط عمومی ایران خواهد بود.

علاقه‌مندان، سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و خصوصی می‌توانند به منظور ارزش‌گذاری به جایگاه علمی و قدردانی از خدمتگزاران توسعه دانایی در حوزه روابط عمومی ایران، در اهداء بزرگترین جایزه سال روابط عمومی مشارکت نمایند. لطفاً برای کسب اطلاعات بیشتر در نحوه مشارکت و ثبت نام جهت حضور در همایش با شماره تلفن ۸۸۲۱۰۲۸۱ تماس حاصل نمایند.



دکتر علی اکبر جلالی پدر توسعه فرهنگی فناوری اطلاعات در ایران بزرگترین جایزه سال روابط عمومی را دریافت خواهد کرد.

به منظور تقدیر و تجلیل از خدمات و تلاش‌های علمی، تحقیقاتی و نوآورانه دکتر علی اکبر جلالی در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات و کاربردهای آن، در اولین همایش بین‌المللی «روابط عمومی ۲» که ۲۲ آبان ماه سال جاری در مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار می‌شود، جایزه دکتر نطقی بنیانگذار روابط عمومی ایران به ایشان اهداء خواهد شد.

دکتر علی اکبر جلالی مدبر نظریه موج چهارم، "عصر مجازی سه بعدی" برای اولین بار در دنیا، برنده جایزه خلاقیت و نوآوری در منطقه آسیا و اقیانوسیه به خاطر طراحی و تاسیس نخستین روستای الکترونیکی، شاهکوه، اولین مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات روستایی کشور، قرن آباد، بانی و مشاور تجهیز پروژه ملی ده هزار دفتر ICT روستایی، آرایه دهنده اولین درس مجازی روی شبکه اینترنت در ایران، بانی شهرهای الکترونیکی و مجری ده‌ها پروژه فناوری اطلاعات در کشور می‌باشد.

دکتر جلالی دانشیار دانشکده برق دانشگاه علم و صنعت و عضو هیئت مدیره انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، اولین کارشناس فناوری اطلاعات در کشور می‌باشد که از سال ۱۳۷۳ تاکنون با انجام بیش از ۱۵۰۰ سخنرانی و سمینار علمی جذاب در مجامع مختلف علمی داخل و خارج کشور

نمایشگاه

اولین همایش بین‌المللی روابط عمومی ۲

نمایشگاه اولین همایش بین‌المللی روابط عمومی ۲ (PR2.0) به همت دبیرخانه دائمی کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، در روز ۲۲ آبان ماه ۱۳۸۸ در مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار خواهد شد.

ماموریت این نمایشگاه در راستای دستیابی به افق‌های روشن‌تر فناوری اطلاعات و روابط عمومی الکترونیک خواهد بود.

جامعه می‌تواند بدون روابط عمومی وجود داشته باشد، اما در عمل چنین چیزی رخ نخواهد داد. به عبارت دیگر، روابط عمومی، ضرورتاً باید وجود داشته باشد.
رابطه هیت

دومین دوره آموزشی مالزی در قاب دوربین

۳ الی ۱۰ آذر
۱۳۸۷



چالش کارشناسان روابط عمومی، ایجاد تعادل میان نقش رهبری که روابط عمومی بازی می‌کند و مسوولیت‌پذیری در قبال جامعه است.

مک لاکلین

در سومین سفر علمی مدیران و کارشناسان روابط عمومی

ایران و مالزی در مسیر توسعه

شناساندن فرهنگ و تمدن ایران دانست و گفت: خیلی از مواقع ما از این موسسه که به شکل حرفه‌ای فعالیت می‌کند درس‌های زیادی یاد گرفته‌ایم. خانم دکتر جمیله احمد استاد دانشگاه در حوزه ارتباطات نیز در این سمینار گفت: در سال ۱۹۶۰ نقش‌های روابط عمومی در دنیا مطرح و در سال ۱۹۷۰ آموزش در حوزه روابط عمومی به صورت جدی بدان پرداخته شد. وی افزود: ما برای ارایه یک تصویر درست از سازمان و جامعه مان به دنیا از علم روابط عمومی و رسانه استفاده می‌کنیم. وی اضافه کرد: روابط عمومی در دنیا با فراز و نشیب‌های بسیاری روبه رو بوده است و یکی از رسالت‌های حرفه‌ای گریبی در روابط عمومی ارایه معضلات جامعه و داشتن راه حل‌های ارتباطی برای برطرف کردن آن است. وی افزود: در مقوله آموزش روابط عمومی در مالزی یک نگاه اسلامی وجود دارد و تئوری‌ها و روش‌های غربی آموزش روابط عمومی نیازمند یک تجدید نظر اساسی برای بهره گیری از آن است. در ادامه این سمینار علمی، دکتر ایلیشا نصرالدین یکی دیگر از اساتید دانشگاه به رابطه مدیریت کیفیت و مسوولیت اجتماعی روابط عمومی اشاره کرد و گفت: موضوع اعتماد و اطمینان مردم در تحقق مسوولیت‌های اجتماعی بسیار مهم و تعیین کننده است. وی افزود: این که مردم نسبت به روابط عمومی چه نگاه و دیدگاهی دارند باید متوجه کارگزاران روابط عمومی باشد.

سومین سفر علمی کارگزاران روابط عمومی ایران به کشور مالزی در قالب جمعی از مدیران و کارشناسان روابط عمومی وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی با هدف آشنایی با دستاوردهای نوین این صنعت در کشورهای مختلف جهان به ویژه کشورهای اسلامی توسط موسسه کارگزار روابط عمومی ایران با همکاری انستیتو روابط عمومی مالزی و فایرو از ۱۱ الی ۱۸ مرداد ماه سال جاری (۱۳۸۸) مطابق با ۲ الی ۹ اوت ۲۰۰۹ برگزار شد. آن چه در پی می‌آید حاصل بازدیدها، دیدارها و برداشت‌های این سفر برون مرزی است.

❖ بازدید از تلویزیون خصوصی مالزی (Media Prima)

در اولین روز از سفر مدیران و کارشناسان روابط عمومی ایران به کشور مالزی آنان از بخش‌های مختلف ایستگاه تلویزیون خصوصی مالزی تحت عنوان «مدیا پریم» در شهر کوالالامپور بازدید کردند. ریزال مدیر ارتباطات تلویزیون مالزی، ایستگاه پریم را بزرگ ترین رسانه خصوصی این کشور عنوان کرد و گفت: «چهار کانال تلویزیونی، سه کانال رادیویی، موسسه انتشارات خارجی و بخش تولید فیلم و سریال‌های تلویزیونی و بهره‌مندی از شش وب سایت اینترنتی از جمله امکانات و قابلیت‌های ایستگاه تلویزیونی مدیا پریم می‌باشد. وی افزود: آغاز به کار این ایستگاه تلویزیونی از سال ۱۹۸۴ بوده و امروز با گذشت قریب به ۲۵ سال از فعالیت آن توانسته مخاطبان بسیاری را در سراسر مالزی جذب و پوشش دهد. وی گفت: بر اساس برآوردهای به عمل آمده حدود ۵ میلیون نفر ماهانه به وب سایت‌های مدیا پریم مراجعه می‌کنند و ۲۲ میلیون نفر از طریق ویدیو از این برنامه‌ها بهره‌مند می‌شوند.

همچنین مدیران و کارشناسان روابط عمومی ضمن شرکت در یک برنامه زنده تلویزیونی، از استودیو خبر رادیو و تلویزیون مدیا پریم بازدید کردند و از نزدیک با مراحل اجرایی کار آن آشنا شدند.

❖ سمینار روابط عمومی و مسوولیت‌های اجتماعی (دانشگاه سینز)

دومین و سومین روز از سفر مدیران و کارشناسان روابط عمومی ایران در جزیره زیبای پنانگ که به مرورید شرق نیز معروف است و در ۵۰۰ کیلومتری شهر کوالالامپور در منطقه مرزی با کشور تایلند واقع است سپری شد. سمینار روابط عمومی و مسوولیت‌های اجتماعی نیز در این جزیره و دانشگاه سینز (USM) برگزار گردید. پروفیسور لیم کونگ معاون دانشکده صنعت و ارتباطات سینز در این سمینار گفت: برگزاری چنین تورهای علمی و همایش‌های مشترک در حوزه روابط عمومی و ارتباطات بدون تردید می‌تواند یک گفتمان و همکاری جدیدی بین دو کشور ایران و مالزی ایجاد کند.

خانم شمیم عبدل جلیل عضو انستیتو روابط عمومی مالزی و یکی از بانیان این سفر علمی نیز در این سمینار گفت: ما به عنوان یک مسوول و کارشناس روابط عمومی وظیفه داریم نسبت به تشخیص مسایل و ارتباط با جامعه گام برداریم.

وی گفت: ارتباط دو طرفه با جامعه به همراه تفهیم و مشارکت به توسعه نظام اطلاع رسانی منجر خواهد شد.

خانم شمیم عبدل جلیل موسسه کارگزار روابط عمومی ایران را پیشگام در حرکت

❖ سمینار روابط عمومی، ارتباطات و اقتصاد جهانی (دانشگاه ایستک)

چهارمین روز از سفر، مدیران و کارشناسان روابط عمومی ایران در سمینار روابط عمومی با عنوان «ارتباطات و اقتصاد جهانی» در انستیتو بین‌المللی تفکر و تمدن اسلامی دانشگاه بین‌المللی مالزی (ایستک) در شهر کوالالامپور شرکت کردند. در ابتدای این سمینار علمی، رئیس این انستیتو ضمن خیر مقدم به مدیران و کارشناسان روابط عمومی، ایران را کشوری با تمدن بزرگ خواند و گفت: در سایه یک ارتباطات دوطرفه است که می‌توان گام‌های بلندی برای توسعه برداشت و از این رهگذر دولت و مردم مالزی بسیار علاقه مند برای ارتباط و مشتاق یادگیری از ایران هستند. پروفیسور حمدان رئیس انجمن روابط عمومی مالزی نیز در این سمینار گفت: در حوزه روابط عمومی و ارتباطات ما باید نگاه خودمان را به دنیا داشته و تحت تاثیر نگاه‌ها و برداشت‌های دیگران نباشیم.

وی افزود: داشتن طرز تفکر مستقلانه کاری دشوار است ولی باید تلاش کرد در این حوزه استقلال فکری داشت. وی اضافه کرد: در عصر جهانی سازی احتمال بحران هویت دوجندان است و باید بسیار مراقب بود. من به عنوان یک مالزیایی در عصر جهانی سازی می‌خواهم به عنوان یک مالزیایی دیده شده و هویت ملی ام را حفظ کنم.

رئیس انجمن روابط عمومی مالزی با تاکید بر لزوم بهره گیری از آخرین تکنولوژی‌های نوین ارتباطی گفت: در نحوه استفاده از تکنولوژی‌ها باید برخورد منطقی صورت گیرد و بر اساس شرایط هر کشور بومی سازی شود.

پروفیسور عبدالرحیم استاد دانشگاه ایستک نیز در این سمینار به انواع عشق و رابطه آن با ارتباطات انسانی اشاره کرد و گفت: الگوهای مختلفی در قرآن کریم در ارتباط با عشق وجود دارد. عشق به خدا، عشق به یکدیگر، عشق به بشریت و عشق به تمدن



روابط عمومی سالم متشکل از سیاست‌ها و کنش‌ها و کلمات است، لذا باید با حقیقت رفتار کند نه با نیرنگ و فریب، و این که باید در پی شفاف کردن موضوعات زمانه ما باشد تا مبهم و مشوش کردن آنها.

کارول بیتمن

سالم روابط عمومی ایران به مالزی:

ارتباطات و روابط عمومی

به صحت و درستی آن دارد که همانا صداقت در برقراری ارتباط با مخاطبان است. وی افزود: اگر پیامی غیرواقعی و کذب باشد به هیچ عنوان پذیرفته نخواهد شد. وی اضافه کرد: روابط عمومی یک ابزار مهم و تاثیرگذار در توسعه روابط عمومی کشورها محسوب شده و باید دولت‌ها بتوانند از این قابلیت و ظرفیت به خوبی استفاده کنند.

❖ مراسم خداحافظی و اهداء گواهینامه بین‌المللی پایان سفر علمی به مالزی

در آخرین روز اقامت مدیران و کارشناسان روابط عمومی ایران در مالزی آنان در مراسم خداحافظی با حضور میزبانان سفر شرکت کردند. خانم شمیم عبدل جلیل در این مراسم گفت: هر وقت از ایران و ایرانی یاد می‌شود در نظرم افراد عالم و اندیشمندی می‌آیند که توان کارهای بزرگی را دارند و خوشحالم از این که با ایران و مردمانش آشنا و ارتباط دارم.

مهدی باقریان مدیر عامل موسسه کارگزار روابط عمومی نیز در این مراسم با اشاره به این که هر بار به مالزی سفر کرده تجارب جدید کسب می‌کنیم گفت: ما به دنبال طراحی ایزو روابط عمومی هستیم که در این راستا فرم‌ها و دستورالعمل‌های آن را نیز تدوین کرده و می‌خواهیم در یک قالب بین‌المللی آن را ارایه کنیم.

همچنین در این مراسم تعدادی از مدیران و کارشناسان روابط عمومی شرکت کننده در این سفر نقطه نظرات شان را در ارتباط با این سفر ابراز داشتند.

علیرضا محمد علی مشاور وزیر و مدیر کل روابط عمومی وزارت کار و امور اجتماعی در این مراسم ضمن تشکر از میزبانان و برنامه‌ریزان این سفر علمی به مالزی گفت: مقالات ارایه شده در دو سمینار علمی در حوزه ارتباطات و روابط عمومی بسیار خوب بود و تجارب و تبادل علمی خوبی بین دست اندرکاران روابط عمومی دو کشور حاصل شد.

سعید رزمخواه مدیر روابط عمومی و بین‌الملل شرکت طراحی و مهندسی صنایع پتروشیمی نیز برگزاری این سفر را کاری بزرگ و ارزشمند دانست و گفت: فکر و اراده قوی وجود داشته که این سفر با این سطح بین روابط عمومی‌های دو کشور انجام شده است.

دکتر رسول صالحی مدیر روابط عمومی آبفاي خوزستان نیز انتقال تجربه و دانش را از مهمترین دستاورد این سفر دانست.

داریوش چهارازی مدیر روابط عمومی شرکت نفت خزر نیز توسعه روابط عمومی کشورهای اسلامی را ضروری دانست و گفت: برگزاری این گونه سفرها به توسعه فرهنگی، هنری و علمی کشورهای اسلامی کمک شایانی خواهد کرد و ما در این سفر تجارب ارزشمندی در حوزه ارتباطات و روابط عمومی آموختیم.

شایان ذکر است در پایان این مراسم به تمامی مدیران و کارشناسان شرکت کننده در این سفر گواهینامه بین‌المللی حضور در سمینارهای علمی و پایان دوره اهداء گردید.

❖ برخی بازدیدها

مدیران و کارشناسان روابط عمومی ایران در مدت اقامت هفت روزه در مالزی همچنین از سازمان حج و اوقاف این کشور، شهر حکومتی پوتراجایا، مسجد جامع کوالالامپور، برج‌های معروف دوقلوی پتروناس، آکواریم بزرگ دریایی، معابد بوداییان و جزیره زیبای پنانگ (مروارید شرق) نیز بازدید کردند.

اسلامی که هر کدام از جایگاه خود قابل تامل و بررسی می‌باشد. وی افزود: همواره باید به دنبال عشق الهی بود چرا که خلاقیت انسان و بشریت نیز از روی عشق و شور بوده است. وی اضافه کرد: عشق مقدس آن چیزی است که باعث تعالی انسان‌های عاشق به مخلوق خواهد شد.

این استاد دانشگاه، عشق واقعی را در داشتن ایمان دانست و گفت: عشق زنجیر اتصال انسان‌ها به یکدیگر خواهد بود از این رو افرادی در عرصه روابط عمومی و ارتباطات موفق خواهند بود که با عشق مقدس فعالیت کنند.

پروفسور کرانجیت از اساتید دیگر دانشگاه با موضوع ارتباطات و اقتصاد جهانی سخن گفت: امروزه در دنیا بحث روابط عمومی در حوزه اقتصاد و تجارت بسیار مطرح و مهم است. وی افزود: در حال حاضر در بخش اقتصاد و بین‌الملل دنیا با چالش‌های زیادی مواجه است.

این استاد دانشگاه روند انتقاد از شکل رسانه‌های کلی به رسانه‌های شخصی و فردی را در قالب وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی عنوان کرد و گفت: متأسفانه سازمان‌ها هنوز از تغییرات سریع حاصل شده در رسانه‌های نوین بی‌خبرند و بسیاری از سازمان‌ها صرفاً به ارایه اطلاعات شعارگونه که دارای پیش زمینه آماری چندانی نیست دل خوش کرده اند.

وی افزود: یکی از وظایف امروز روابط عمومی، ارایه گزارش‌های آماری و تحلیل سالانه سازمان هاست که از این رهگذر بتوانند یک بیلان عملکرد صبح از سازمان شان به افکار عمومی ارایه کنند که پایه آن باید بر اساس حقیقت و شفافیت بنیان نهاده باشد.

مهدی باقریان مدیر عامل موسسه کارگزار روابط عمومی در ایران نیز در این سمینار با اشاره به نگاه جدید امروز به روابط عمومی گفت: خوشبختانه در عصر حاضر سرمایه گذاری بر روی صنعت روابط عمومی در جهان ۳ تا ۴ درصد بیش از سایر حوزه‌ها افزایش یافته است. وی افزود: سوال اساسی این جاست که رساندن پیام به مخاطبان چرا امروزه خیلی پرچالش شده است؟ اگر پیام ما تهیه، دریافت، شنیده و ادراک نشود هیچ ارتباطی برقرار نشده است.

وی اضافه کرد: در فرآیند برقراری ارتباط با مخاطبان باید دید چه پیامی را می‌توان فرستاد که ارتباط برقرار کند؟ نکته دوم این که در پیام چه حرفی برای گفتن داشته باشیم که قابلیت شنیدن را داشته باشد.

وی اضافه کرد: در برقراری ارتباط سازمان با مخاطبان، پیام باید به دور از اغراق و خودستایی باشد تا بتواند تاثیر لازم را بر مخاطب بگذارد.

مهدی باقریان یکی از چالش‌های ارتباط رسانه‌ای را در حوزه روابط عمومی ضرورت تغییر نگاه و نگرش عنوان کرد و گفت: روابط عمومی‌ها در حوزه ارتباط با رسانه‌ها باید به رسانه با نگاه فرصت و یک ظرفیت نگاه کنند نه یک مانع، پرهیز از بزرگ نمایی فعالیت‌ها و دوری از اغراق و اضافه گویی در ارتباط با رسانه‌ها ضروری است.

وی افزود: مسوولان و متولیان برقرار کننده ارتباط با مخاطبان خود باید در محیط ارتباط قرار داشته باشند و در این فضا به انتقال اطلاعات و پیام‌ها همت گمارند.

همچنین در ادامه این سمینار مشاور وزیر و یکی دیگر از اساتید دانشگاه ایستک با اشاره به این که آن چه در حوزه ارتباطات امروز از اهمیت شایان توجهی برخوردار شده است اعتبار منبع و پیام است گفت: به نظر می‌رسد مهم ترین مساله در اعتبار پیام بستگی





چهارمین سفر علمی کارگزاران روابط عمومی ایران به مالزی

(۱۵ الی ۲۲ آذرماه ۱۳۸۸)

- آشنایی با همکاران و کسب تجربه جدید

خدمات

- بازدید از مراکز علمی و صنعتی
- شرکت در سمینارها، سخنرانی‌ها و دیدارهای تخصصی و حرفه ای
- بازدید از جاذبه‌های توریستی و گردشگری
- اعطاء گواهینامه بین‌المللی حضور در سمینار توسط موسسه روابط عمومی مالزی و فاپرو

هتل

امکانات اتاق‌ها: تلفن، ارتباط فکس (هزینه به عهده استفاده کننده می‌باشد)، تلویزیون با کانال‌های ماهواره ای، سشوار.
موقعیت هتل: هتل ۴ ستاره دربی پارک با موقعیتی بی نظیر در مرکز کوالالامپور و در جوار برج‌های دوقلو قرار داشته و دسترسی به مراکز خرید و تفریحی بسیار راحت است.

مدارک مورد نیاز

- کپی از صفحات اول پاسپورت
- یک قطعه عکس ۳*۴
- پرداخت هزینه ثبت نام و ارسال فیش واریزی
- تکمیل فرم ثبت نام
- تکمیل و امضاء تعهدنامه
- مدت برگزاری: ۷ روز و ۶ شب

نظر به ضرورت توسعه فعالیت‌های روابط عمومی و با هدف آشنایی با دستاوردهای نوین این صنعت در کشورهای مختلف بویژه کشورهای اسلامی، چهارمین دوره آموزشی روابط عمومی در مالزی با همکاری انسیتیو روابط عمومی مالزی و فاپرو برگزار می‌شود.

زمان برگزاری: ۱۵ لغایت ۲۲ آذر ۱۳۸۸

مکان برگزاری: مالزی - کوالالامپور - مالاکا

آخرین مهلت ثبت نام و ارایه مدارک: ۳۰ آبان ماه ۱۳۸۸

هزینه ثبت نام: ۲۵۰۰۰۰۰ ریال معادل دومیلیون و پانصد هزار تومان

مزایای شرکت در تور

- آگاهی از دستاوردهای مالزی در زمینه روابط عمومی و صنعت ارتباطات
- گردمایی افراد علاقمند در یک مکان
- دیدار با مسئولین مالزی و دست اندرکاران روابط عمومی و صنعت ارتباطات
- برنامه‌ریزی و مدیریت مطلوب
- انتخاب کشور بسیار زیبا و اسلامی
- آشنایی جامع با کشور مالزی
- صرفه جویی در هزینه سفر
- سطح بالای ملاقات‌ها و برنامه‌ها
- استفاده بهینه از زمان
- واگذاری دغدغه برنامه‌ریزی سفر به یک تیم حرفه ای



چالش کارشناسان روابط عمومی، ایجاد تعادل میان نقش رهبری که روابط عمومی بازی می‌کند و مسوولیت پذیری در قبال جامعه است. مک لاگلین

تازه‌های نشر دایره‌المعارف روابط عمومی

هر آنچه درباره روابط عمومی می‌خواهید

قیمت دوجلد: ۴۰ هزار تومان

مطالعه این کتاب برای همه مدیران و کارشناسان و همه کسانی که به نحوی از انحاء با مردم و مشتریان در ارتباط و به دنبال درآمد و سود مسوولانه بیشتر هستند توصیه می‌شود. دایره المعارف حاضر، با ذکر مثال‌هایی از شرح رویدادهای تاریخی، نظریه‌ها و افراد برجسته‌ای که این حرفه را بسط و گسترش دادند، به بررسی روند تکاملی حرفه روابط عمومی می‌پردازد.



ویژگی‌های اساسی این مجموعه:

- در حدود ۴۵۰ مدخل
- همکاری بیش از ۱۰۰ نفر از پروفورها، دانشمندان و متخصصان رشته روابط عمومی
- ضمیمه کامل به همراه ارجاعات به شرح زیر:
- فرهنگ لغت ارزیابی روابط عمومی
- موازین اخلاقی
- نقاط عطف تاریخچه روابط عمومی
- منابع آنلاین روابط عمومی
- آموزش روابط عمومی برای قرن بیست و یکم ...

مجموعه کتاب‌های آموزشی مهارت‌های "روابط عمومی ۲"



انتشار متون و منابع و اسناد معتبر روابط عمومی با بهره‌گیری از ادبیات اصیل و روز دنیا از جمله دغدغه‌های اساسی موسسه کارگزار روابط عمومی بوده است. در آستانه برگزاری نخستین همایش بین‌المللی "روابط عمومی ۲"، اولین مجموعه سه جلدی کتاب‌های آموزشی مهارت‌های "روابط عمومی ۲" منتشر خواهد شد. این مجموعه آموزشی به مدیران، کارشناسان و متخصصان روابط عمومی کمک خواهد کرد تا آشنایی بیشتری به پدیده نوظهور "روابط عمومی ۲" (PR2.0) پیدا کنند.

کتاب‌های این مجموعه عبارتند از:

۱. راهنمای مرجع روابط عمومی ۲
۲. رسانه اجتماعی
۳. مدیریت تبلیغات اینترنتی

فراخوان بخش رقابتی اولین همایش بین‌المللی روابط عمومی ۲



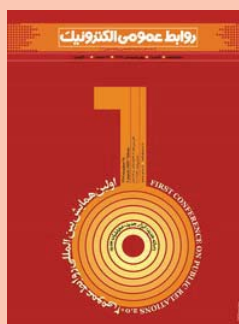
این بخش شامل انتخاب روابط عمومی الکترونیک برتر، وب سایت برتر، وبلاگ تخصصی و سازمانی برتر، اینترنت برتر، خبرنامه الکترونیکی برتر و پادکست برتر می‌باشد.

در این رقابت با رای هیات داوران در هر بخش، سه اثر برتر از تهران و سه اثر برتر استانی برگزیده می‌شود.

روابط عمومی‌های علاقمند به شرکت در این بخش می‌بایست، ضمن معرفی نشانی وب سایت و وبلاگ، یک نسخه سی دی حاوی هر یک از بخش‌های یاد شده را به دبیرخانه همایش ارسال نمایند.

توجه: آثار ارسالی باید در طول سال ۱۳۸۷ و نیمه اول ۱۳۸۸ تولید شده باشد - مهلت ارسال آثار به بخش رقابتی همایش حداکثر تا تاریخ ۱۳۸۸/۰۷/۲۰ است.

اولین شماره نشریه «روابط عمومی الکترونیک» منتشر شد



اولین شماره نشریه «روابط عمومی الکترونیک» در ۶۴ صفحه ویژه «رسانه‌های اجتماعی» از سوی انتشارات کارگزار روابط عمومی منتشر شد.

به گزارش موسسه کارگزار روابط عمومی، این نشریه که به منظور توسعه و ترویج فرهنگ استفاده از «روابط عمومی ۲» و مباحث مدیریت فناوری اطلاعات و تبیین نقش آن در توسعه پایدار به سردبیری مهدی باقریان انتشار یافت، از بخش‌های مختلفی تشکیل شده است.

برخی مطالب این شماره:

- **روی میز سردبیر:** روابط عمومی ۲ در چهره روابط عمومی یکپارچه
- **مقالات:** - نظریه شبکه / رابرت هیت - شبکه‌های اجتماعی - رسانه اجتماعی / ریما سارین - روابط عمومی و رسانه اجتماعی / پروفیسور اوجوال چادهوری - روابط عمومی ۲: از روابط عمومی تا پیوند دوسویه شخصی / دکتر ایلچول کیم - روندهای نوظهور در روابط عمومی: مورد مالزی / حمیده کریم - مدل‌های تبلیغات اینترنتی / مهندس فرنود حسنی
- **ویژه نامه ویکی پدیا:** - گفتگوی اختصاصی با خالق ویکی پدیا / تجربه مشترک کار کردن را شروع کنیم
- معرفی ویکی پدیا / زهرا بابازادگان - ویکی وب: ابزاری برای کارهای گروهی آنلاین / جی. مورالی
- Jotspot: مرحله بعدی ویکی / جی. مورالی
- **معرفی سایت:** - وب سایت CANA: ابزاری برای روابط عمومی
- **پرسش و پاسخ:** - اشکالات، پاسخ‌ها و امتیازهای رسانه اجتماعی
- **کند و کاو** • **رویدادها** • **دانستنی‌ها** • **کتابخانه** • **کارگزار روابط عمومی**

استقبال از شرکت در اولین همایش بین‌المللی «روابط عمومی ۲»

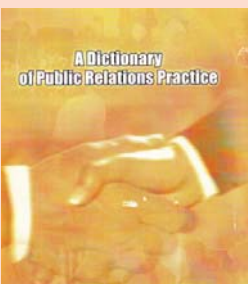
اولین همایش بین‌المللی «روابط عمومی ۲» که ۲۲ آبان ماه ۱۳۸۸ در مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما برگزار خواهد شد، با استقبال بسیار خوبی از سوی مدیران و کارشناسان روابط عمومی قرار گرفت. علاقمندان برای ثبت نام می‌توانند با شماره ۸۸۲۱۰۲۸۱ تماس حاصل فرمایند.



کتابخانه

اصول و آداب تشریفات (گامی نوین در روابط عمومی)

احمد یحیایی ایله‌ای
برات الله صمدی راد
انتشارات کارگزار روابط عمومی
صفحه ۱۸۵



برای نفستین بار موسسه کارگزار
روابط عمومی منتشر می‌کند:

فرهنگ لغات و اصطلاحات روابط عمومی

دو جلدی

با حرکت سریع دنیا به سوی جهانی شدن، مطمئناً هر یک از کشورها در زمینه اشتغال روابط عمومی از وضعیت منحصر به فردی بهره مند خواهند شد. با این حال، باید زبانی جهانی و عمومی و مجموعه دانشی برای عملی ساختن روابط عمومی وجود داشته باشد. این امر مهم، بخصوص برای کسانی که به زبان انگلیسی سخن می‌گویند، زبانی که هم‌اکنون به رسانه تجاری جهانی تبدیل شده، ضروری است. همچنین، مجموعه دانش روابط عمومی به نحوی فزاینده ضرورت می‌یابد تا، در عین حال که هر کشوری وضعیت منحصر به فرد خود را حفظ می‌کند، در سطح جهانی به مورد عمل در آید.

حرفه روابط عمومی، مانند اکثر رشته‌ها، زبان خاص و شیوه عملی خود را یافته است. می‌توان گفت که هرچه تعداد واژه‌های مورد استفاده در روابط عمومی بیشتر باشد این حرفه در مجموعه دانش خود از وضعیت حرفه‌ای تری بهره مند خواهد شد. به این ترتیب، ضروری است که در آغاز امر واژه‌نامه یا فرهنگ لغتی به زبان انگلیسی برای اصطلاحات یا لغات روابط عمومی، که در سطح جهان دارای معانی و مفاهیم مشابهی است، پدید آید. اما، باید گفت که همین واژه‌ها ممکن است در زمینه‌های ارتباطی متفاوت دارای معانی متفاوتی باشند. بنابراین، برای آن که برداشت و درک آسان‌تری از این حرفه پدید آید، معانی متفاوتی را در رابطه با زمینه‌های ارتباطی متفاوت ذکر شده است. مجموعه اصطلاحات برگزیده شده شامل مواردی است که غالباً توسط افراد شاغل در روابط عمومی در انجام کارهای شان که اساس ارتباطات است، به کار می‌رود. به این ترتیب، روابط عمومی اکثر اصطلاحات کاری خود را از زمینه‌های ارتباطی اخذ می‌کند در حالی که فنون اطلاعاتی و بازاریابی به نحوی فزاینده از اهمیت حیاتی برخوردار می‌شوند. بدین لحاظ، تعجبی ندارد که مطالعات روابط عمومی به نحوی چشمگیر، به جای سایر رشته‌ها مانند بازرگانی یا امور عمومی یا سیاست، در دانشکده ارتباطات قرار گرفته است.



انتشار تمبر موسسه کارگزار روابط عمومی

با توجه به اهمیت پیام رسانی تمبر در معرفی دستاوردهای موسسه کارگزار روابط عمومی، از این پس هر ساله به مناسبت سالگرد تاسیس موسسه منتشر خواهد شد.

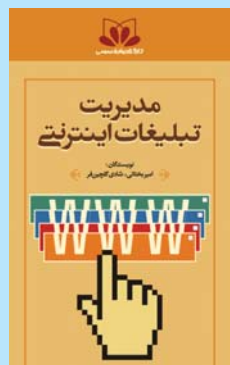


مدیریت روابط عمومی الکترونیکی

نویسنده: مهندس فرنود حسنی

این کتاب در ۱۰ فصل و ۲۱۵
صفحه توسط انتشارات کارگزار
روابط عمومی منتشر شده است:

- فصل ۱: مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات و چالش‌های اطلاع رسانی
- فصل ۲: روابط عمومی الکترونیکی کلیات، مفاهیم، کارکردها
- فصل ۳: دولت و روابط عمومی الکترونیکی
- فصل ۴: سازمان و روابط عمومی الکترونیکی
- فصل ۵: رسانه و روابط عمومی الکترونیکی
- فصل ۶: مدیریت وب سایت‌ها و روابط عمومی الکترونیکی
- فصل ۷: مدیریت سیستم‌ها و ابزارهای کاربردی روابط عمومی الکترونیکی
- فصل ۸: انتشارات در روابط عمومی الکترونیکی
- فصل ۹: تبلیغات و روابط عمومی الکترونیکی
- فصل ۱۰: روابط عمومی الکترونیکی در حوزه کسب و کار



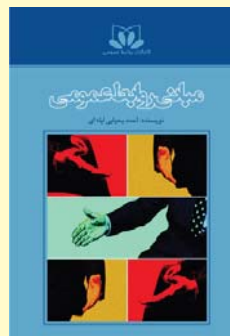
مدیریت تبلیغات اینترنتی

نویسندگان:

امیر بختائی - شادی گلچین‌فر
انتشارات: کارگزار روابط عمومی
نوبت چاپ: اول / ۱۳۸۸
تعداد صفحه: ۷۰

سرفصل‌های کتاب:

- فصل اول: رسانه الکترونیک و تبلیغات
- فصل دوم: تبلیغات اینترنتی
- فصل سوم: مروری بر وضع تبلیغات اینترنتی در ایران
- خلاصه مباحث ارایه شده
- خودآزمایی / تکلیف



مبانی روابط عمومی

نویسنده: احمد یحیایی ایله‌ای
انتشارات: کارگزار روابط عمومی
نوبت چاپ: اول / ۱۳۸۸
تعداد صفحه: ۲۳۱

فهرست مطالب

بخش اول: کلیات

فصل اول: تعاریف روابط عمومی

فصل دوم: نظریه‌ها و الگوهای روابط عمومی

فصل سوم: عوامل شکل‌گیری افکار عمومی

بخش دوم: ارتباطات انسانی

بخش سوم: ارتباطات رسانه‌ای

بخش چهارم: روابط عمومی در هزاره سوم

من کار کردن گروهی را دوست دارم؛ با همکاری گروهی ما می‌توانیم باعث اتفاق افتادن چیزهای بزرگی شویم.

آن.اچ. بارکلیو



بیانیه موسسه کارگزار روابط عمومی به مناسبت گرامیداشت روز ملی ارتباطات و روابط عمومی

خود را در ارتباطات اجتماعی، سازمانی و حرفه‌ای ایفا نماید و آیین تمام‌نمایی شود که چراغ روشن‌گری، هدایت و رستگاری در آن بدرخشد.
در فراز دیگری از این بیانیه تصریح شده است: موسسه کارگزار روابط عمومی امیدوار است با اهتمام و اجماع هر چه بیشتر متولیان و دست‌اندرکاران رسمی حوزه ارتباطات و روابط عمومی، بذری کاشته شده در ذهن و نهاد همه علاقمندان، اندیشمندان و فعالان حوزه ارتباطات و روابط عمومی، بتواند پس از سه سال و در سال ۱۳۸۸، میوه و حاصل خوشایند خود را تقدیم مخاطبان خود نماید و آنان خلوت تلاش و پویایی روابط عمومی ایران را در صحنه خدمت و پاسداری از حقوق اجتماعی شهروندان پچشند و در سایه سار حاصل از امنیت، آبادانی و سربلندی کشور برای فردایی بهتر بیاسایند. انشاء الله

موسسه کارگزار روابط عمومی در آستانه سومین سال نامگذاری ۲۷ اردیبهشت ماه به عنوان «روز ملی ارتباطات و روابط عمومی» بیانیه‌ای صادر کرد.
در بخشی از این بیانیه آمده است: امسال سومین همایش ملی روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی در روز ملی ارتباطات و روابط عمومی با شعار «روابط عمومی؛ هویت یابی، کارآمدی و پاسخگویی» برگزار می‌شود. انتخاب این شعار از سوی شورای اطلاع رسانی دولت، گویای اهمیت و جایگاه روابط عمومی و مسوولیت‌های آن در قبال جامعه است.
باید این شعار هوشمندانه به شعور حرکت، آگاهی و تلاش‌های صادقانه‌ای منجر شود که روابط عمومی بتواند با بازسازی هویتی خود و با تکیه بر هویت بازیافته حرفه‌ای، نقش

ششمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران



ششمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران با موضوع «رسانه‌های جدید» آبان ماه ۱۳۸۹ در تهران برگزار می‌شود. بر اساس تصمیم شورای عالی سیاستگذاری کنفرانس از این پس کنفرانس مذکور دو سال یک بار برگزار می‌شود.
علاقه‌مندان از هم‌اکنون برای حضور در این کنفرانس می‌توانند مقالات شان را پیرامون موضوع فوق‌الذکر به دبیرخانه دبیم کنفرانس ارایه نمایند.

فراخوان همکاری

موسسه کارگزار روابط عمومی در صدد است با شناسایی اعضای محترمی که دارای ایده‌ها و تفکرات پویا در حوزه روابط عمومی می‌باشند به تشکیل کارگروه‌های تخصصی اقدام نماید. لطفاً طرح‌ها و پیشنهادهای خود را به نشانی info@iranpr.org پست الکترونیکی ارسال فرمایید.
همچنین اعضای موسسه را به همکاری در تهیه مطالب و یادداشت‌های کوتاه، موفقیت‌ها، طرح‌ها و پروژه‌های مختلف فرا می‌خواند.

برگزاری دومین جلسه شواری سیاستگذاری نشریه «روابط عمومی الکترونیک»

دومین جلسه سیاستگذاری نشریه «روابط عمومی عمومی الکترونیک» روز چهارشنبه ۲۷ خرداد ماه سال جاری در محل دفتر موسسه کارگزار روابط عمومی برگزار شد. در این جلسه اعضا ضمن تقدیر از انتشار اولین شماره نشریه مذکور با موضوع «رسانه‌های جدید»، مقرر شد شماره بعدی نیز به همین موضوع اختصاص یافته و بخشی با عنوان «تازه‌های روابط عمومی ۲» در نشریه اختصاص یابد تا آخرین تحولات این حوزه نیز تحت پوشش قرار گیرد.

امضای تفاهم‌نامه همکاری بین مرکز رشد دانشگاه قم و موسسه کارگزار روابط عمومی

به منظور همکاری در زمینه‌های اجرایی دوره‌های آموزشی و کارآفرینی، تفاهم‌نامه همکاری بین مرکز رشد دانشگاه قم و موسسه کارگزار روابط عمومی به امضاء رسید.
بر اساس این تفاهم‌نامه این دو مرکز و موسسه در زمینه‌هایی همچون طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف روابط عمومی، ارتباطات، فناوری اطلاعات و کارآفرینی، اجرای طرح‌های پژوهشی و طراحی و تولید نرم‌افزارهای مختلف در زمینه روابط عمومی همکاری می‌کنند.

علاقه‌مندان برای حمایت مالی از موسسه و سفارش هر گونه آگهی و طرح تبلیغاتی و اطلاع رسانی می‌توانند با شماره‌های ۸۸۲۱۰۲۸۱ تماس حاصل فرمایند.

حمایت
مالی



حتی اگر عامه مردم ساده لوح و زودباور باشند، کار و وظیفه یک کارشناس مسوول و وظیفه شناس روابط عمومی صرفاً گزارش واقعیت است.
پی.تی.بارنیوم

معرفی اعضای جدید مو

موسسه کارگزار روابط عمومی به همکارانی که
به تازگی وارد خانواده بزرگ «شمارا» (شبکه اطلاع رسانی روابط عمومی ایران) شده‌اند،
فیر مقدم می‌گوید.



ابوالفضل همتی



احمد پیریانی



مهدی حبیب‌الهی



شهریار رهنما



محمود احمدی



منصور فخاران



مهدی عزیزی‌ها



محسن دلاویز



حامد یاری



ابراهیم اکبری



حمید عمو شاهی



مجید مؤمنیان



مسعود بهاری



مرتضی آنالویی



ساعد رمضانعلی



غلامرضا خیرخواه



وحید رحمتی رودسری



محمد رضا بخشعلی زاده



زهرا حسین زاده ناصر



به رخ باقریان

روابط عمومی بدواً به توصیه درباره رفتار می پردازد، که بر مسوولیت اجتماعی بنا نهاده شده است.

ادوارد برنیز

کارگزار روابط عمومی



نسرين فهرمانی



علیرضا ابراهیم آبادی



کریم کلاتی



غلامرضا میری



مجید شهیدی



حسین غلامی



سعید بقایی



محمد صحت



علیرضا کاویانی



احمد نجاتیان یزدی نژاد



علی زندی مهر



مهدی حاجیان



نادر عظیمی جرجافکی



حجت الله خاکی



افشین لچینانی



محمد رضا باقری



مهدی خدایی میدان شاه



فرهاد آقابیگی



محمد مهدی ارغوانی



امیر رجایی

سایر اعضا:

- اسمق مقیمی
- علیرضا منصوری شیرازی
- کیوان پورشب
- محمد رضا کریمی
- مهدی دهقانی
- محمدجواد مشاوری نیا
- اقدس سهرابی
- احمد فیروز اشکوهی
- سید محمد علی مجتهدزاده

بهترین طرز عمل آنهایی هستند که بتوانند به طور جهانی در روابط عمومی به کار روند با این اطمینان که از چنین رویکردهایی موثرترین و بیشترین اثربخشی مسوولانه و نتیجه و اجرایی مبتنی بر اخلاق حاصل شود.
لین ام. سالت

انتشار ۱۰ سی دی جدید آموزشی روابط عمومی



- موسسه کارگزار روابط عمومی ۱۰ سی دی آموزشی روابط عمومی (از سری برنامه های آموزشی شنیداری) با عناوین زیر منتشر کرده است:
۱. فناوری اطلاعات و کاربردهای آن در روابط عمومی پرفسور علی اکبر جلالی
 ۲. روابط عمومی در هزاره سوم پرفسور علی اکبر جلالی
 ۳. باید و نبایدهای روابط عمومی پرفسور یحیی کمالی پور
 ۴. روانشناسی روابط عمومی دکتر عیسی جلالی
 ۵. مهارت های ارتباطی موثرتر در سازمان دکتر علیرضا شیری
 ۶. رهبری، توانمندسازی و هدایت منابع انسانی با رویکرد روابط عمومی دکتر علیرضا آزمندیان
 ۷. نظام انتخاب و انتصاب مدیران با رویکرد مدیریت قابلیت ها دکتر بهزاد ابوالعالی
 ۸. اصول برنامه ریزی مدیریت راهبردی در روابط عمومی دکتر حسین علوی
 ۹. مدیریت خبرنامه الکترونیکی در روابط عمومی: طراحی و کاربردها دکتر حمید ضیائی پور
 ۱۰. پادکستینگ انقلابی تازه در روابط عمومی



شبکه اطلاع رسانی روابط عمومی ایران

نشریه داخلی ویژه اعضای موسسه کارگزار روابط عمومی
(ضمیمه فصلنامه کارگزار روابط عمومی)

مدیر مسوول و سردبیر: مهدی باقریان
شورای سردبیری: مدیران کارگروه های تخصصی اعضا
مدیر هنری: پرویز آزموه
نشانی: تهران / صندوق پستی ۶۹۸۶/۱۹۳۵ / کارگزار روابط عمومی
تلفن: ۸۸۲۱۰۲۸۱ - ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹
دورنگار: ۸۸۶۱۷۵۷۶ - پیامک: ۳۰۰۷۱۵۳
www.iranpr.org
info@iranpr.org

دوره های آموزشی

مدیریت روابط عمومی و مهارت های روابط عمومی ۲

موسسه کارگزار روابط عمومی با طراحی دوره ها و کارگاه های آموزشی، مجموعه ای از برنامه های ویژه برای توسعه منابع انسانی روابط عمومی اجرا خواهد کرد، شرکت کنندگان در این دوره ها خواهند توانست:

- روش ها و مدل های کلیدی روابط عمومی که در برنامه ریزی طرح ها و فعالیت های آنان مؤثر واقع می شوند را بیاموزند.
- نحوه عملکرد نظریات و دیدگاه ها را در موقعیت های واقعی دریافت و از چگونگی ارزیابی موفقیت حاصله در ابعاد داخلی و خارجی مطلع شوند.
- در باره موقعیت خود با دیگران به بحث بنشینند.

ویژگی های دوره ها و کارگاه های آموزشی موسسه کارگزار روابط عمومی

- الف) به هریک از شرکت کنندگان در دوره گواهی شرکت در دوره اعطاء می شود.
 - ب) کلاس های آموزشی با حضور اساتید و کارشناسان با تجربه برگزار می شود.
 - ج) جزوه ها و کتاب ها و سی دی های آموزشی مرتبط در اختیار شرکت کنندگان قرار خواهد گرفت.
 - د) دوره های آموزشی موسسه کارگزار روابط عمومی به صورت تئوری و عملی برگزار می شود.
 - ه) مشاوره رایگان جهت شرکت در دوره ها و کارگاه های آموزشی.
- توجه: در صورتی که هر یک از کارگاه ها به حدنصاب نرسد تاریخ برگزاری دوره مجدداً به اطلاع ثبت نام شدگان خواهد رسید.

عناوین دوره ها

اولین کارگاه آموزشی مدیریت روابط عمومی

ردیف	نام دوره	مدرس	تاریخ برگزاری	روز و ساعت	شهریه دوره
۱	مدیریت در روابط عمومی	دکتر بهزاد ابوالعالی	۱۳۸۸/۰۸/۱۹	سه شنبه ۹-۱۲:۳۰ ۱۴-۱۷:۳۰	۱/۵۰۰/۰۰۰
۲	مدیریت ارتباط با رسانه ها	دکتر داود زارعیان	۱۳۸۸/۰۸/۱۸	دوشنبه ۹-۱۲:۳۰ ۱۴-۱۷:۳۰	۱/۵۰۰/۰۰۰
۳	مدیریت انتشارات در روابط عمومی	استاد محمود مختاریان	۱۳۸۸/۰۸/۲۱	پنج شنبه ۹-۱۲:۳۰ ۱۴-۱۷:۳۰	۱/۵۰۰/۰۰۰

اولین کارگاه آموزشی مهارت های «روابط عمومی ۲»

ردیف	نام دوره	مدرس	تاریخ برگزاری	روز و ساعت	شهریه دوره
۱	مدیریت تبلیغات اینترنتی سر فصل های دوره آشنایی با مدرس	امیر بختائی	۱۳۸۸/۰۸/۲۰	چهارشنبه ۹-۱۲:۳۰	۱/۵۰۰/۰۰۰
۲	مدیریت روابط عمومی الکترونیکی سر فصل های دوره آشنایی با مدرس	مهندس فرنود حسینی	۱۳۸۸/۰۸/۲۰	چهارشنبه ۹-۱۲:۳۰ ۱۴-۱۷:۳۰	۱/۵۰۰/۰۰۰

انتصاب

برادر ارجمند جناب آقای احمد پیریایی

انتصاب جنابعالی به مدیریت روابط عمومی خانه صنعت و معدن جوانان موجب مباهات است. برای شما آرزوی بهروزی و موفقیت داریم.

تسلیمت

برادر ارجمند جناب آقای مهندس سید امیررضا حسینی نژاد

مدیر محترم روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی شاهرود مصیبت وارده را تسلیمت گفته، برای شما و خاندان محترم صبر و سلامتی مسالت می نماید.

