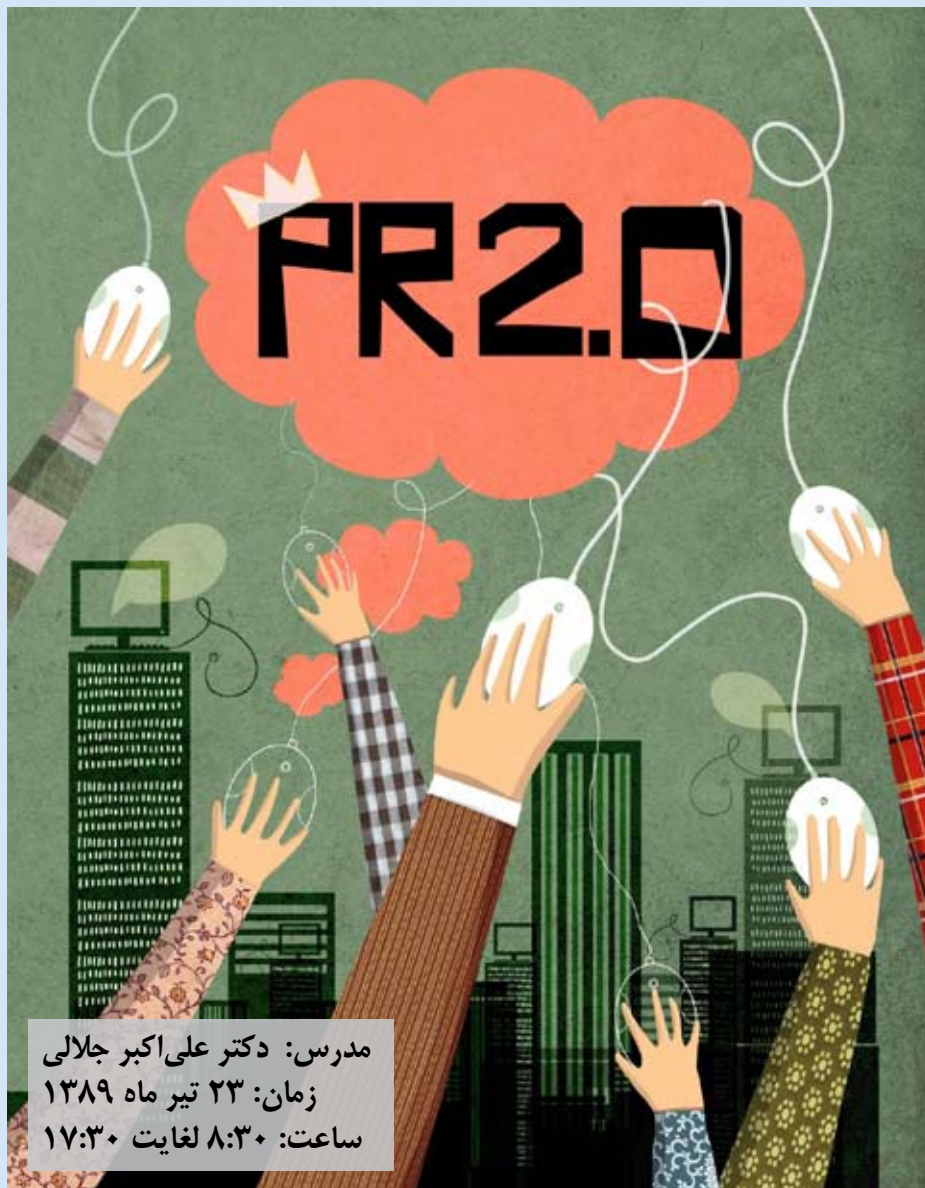


همایش «روابط عمومی ۲»

و رویکردهای نوین روابط عمومی الکترونیک



مدرس: دکتر علی اکبر جلالی
زمان: ۲۳ تیر ماه ۱۳۸۹
ساعت: ۸:۳۰ لغایت ۱۷:۳۰

وب، بسیاری از قواعد روابط عمومی را تغییر داده است. مسئله این است که بیشتر متخصصین سنتی روابط عمومی هنوز این را نمی دانند اما ما باید این قواعد جدید را درک کنیم. از آنجا که قواعد برقراری ارتباط با مردم در ده سال اخیر بسیار کند تغییر کرده است کسانی هم که براساس قواعد کهنه آموزش می بینند به همان کندی تغییر کرده اند. در واقع، اکثر کارشناسان کهنه کار قدیمی کلاً تغییر کردن را رد می کنند. الآن زمانش رسیده که این تغییرات را بپذیریم و به فرصت هایی که روابط عمومی ۲ (PR2.0) در اختیارمان گذاشته فکر کنیم.



آشنایی با مدرس:

- ✓ استاد پاره وقت دانشگاه ویرجینیای غربی
- ✓ عضو هیات مدیره انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی
- ✓ مبدع نظریه موج چهارم، عصر مجازی سه بعدی برای نخستین بار در جهان
- ✓ برنده جایزه خلاقیت و نوآوری در منطقه آسیا و اقیانوسیه به خاطر طراحی و تاسیس نخستین روستای الکترونیکی
- ✓ ارایه دهنده اولین درس مجازی بر روی شبکه اینترنت در ایران
- ✓ بانی شهرهای الکترونیکی
- ✓ برگزیده جایزه بین‌المللی سال ۱۳۸۸ روابط عمومی - جایزه دکتر حمید نطقی بنیانگذار روابط عمومی ایران

مقدمه

دبیرخانه دائمی کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران در پی برگزاری پنجمین کنفرانس بین‌المللی و ۲۵ همایش و کارگاه آموزشی در داخل و خارج کشور، فرصت مناسب دیگری را برای گردهمایی و ملاقات کارگزاران روابط عمومی ایران و آن دسته افرادی که می‌خواهند تجارب کاربردی خود را در حوزه روابط عمومی به اشتراک گذارند در روز ۲۳ تیر ۱۳۸۹ در تهران فراهم نموده است.

هدف همایش

- سطح نظریه پردازی: بازفهمی و بازخوانی روح و فلسفه روابط عمومی و تکنولوژی های کاربردی "روابط عمومی ۲"
- سطح تولید فکر و اثر: تبیین جایگاه و نقش روابط عمومی در چشم انداز رسانه ای جدید و آشنا کردن کارگزاران روابط عمومی با ابعاد، فرصت ها، چالش ها و نحوه استفاده صحیح از تکنولوژی های کاربردی "روابط عمومی ۲"
- در سطح دستاوردهای بیرونی و عینی: جهت بخشی شور و پیوستگی کارگزاران روابط عمومی و پیاده سازی تکنولوژی های کاربردی "روابط عمومی ۲" و افزایش مهارت های تخصصی دست اندرکاران رسانه های جدید

برنامه ها

- ارایه تجارب موفق واحدهای روابط عمومی موفق
- میزگرد تخصصی در زمینه موضوع همایش با حضور شرکت کنندگان برگزیده
- پرسش و پاسخ و تبادل تجربه
- توصیه های مدرس

از کلیه مدیران و کارشناسان روابط عمومی دعوت می شود
تجارب موفق خود را در حوزه "موضوعات همایش" جهت شرکت و ارایه در بخش پایانی همایش
حداکثر تا تاریخ ۱۳۸۹/۰۳/۳۰ به دبیرخانه ارسال فرمایند.

مزیای شرکت در همایش

- آگاهی از آخرین دستاوردها در حوزه روابط عمومی ۲
- آرایه دانش مفاهیم روز با تاکید بر جنبه های کاربردی
- آشنایی و بروزآوری اطلاعات کارگزاران روابط عمومی
- توازن بهینه تئوری و عمل در روابط عمومی

سرفصلها

- معرفی روابط عمومی سنتی و محدودیت های آن
- روابط عمومی و مدیریت فناوری اطلاعات
- سیر تحول روابط عمومی مدرن
- نقش وب ۲ در توسعه روابط عمومی ۲
- ابزارهای وب ۲ در خدمت روابط عمومی ۲
- اصول و مفاهیم روابط عمومی ۲
- ویژگی ها و مزایای روابط عمومی ۲
- تکنیک ها و ابزارهای روابط عمومی ۲
- شبکه های اجتماعی و روابط عمومی ۲
- بررسی موردی
- آینده روابط عمومی ۲
- به نظر شما سال ۲۰۱۰ برای متخصصان روابط عمومی چگونه خواهد بود؟
- پرسش و پاسخ: چالش های روابط عمومی در سال ۲۰۱۰

مخاطبین

- مدیران ارشد سازمان ها و شرکت های دولتی و خصوصی
- مدیران و کارشناسان روابط عمومی
- مدیران و کارشناسان تبلیغات، بازاریابی، فروش و فناوری اطلاعات
- و سایر علاقمندان

آیا می دانید؟

- در سال ۲۰۱۰، متخصصان روابط عمومی نقش پررنگ تری در رسانه های اجتماعی خواهند داشت؟
- در سال ۲۰۱۰، بر روی فن آوری رسانه های اجتماعی سرمایه گذاری بیشتری صورت خواهد گرفت.
- در سال ۲۰۱۰، رویکردها نسبت به رسانه اجتماعی یکپارچه تر خواهد شد و گذشتن از این ذهنیت که این رسانه به روابط عمومی تعلق خواهد گرفت یا بازاریابی.
- در سال ۲۰۱۰، سازمان ها و شرکت های بیشتری از رسانه اجتماعی به عنوان یک ابزار ارتباطی استفاده خواهند کرد.
- در سال ۲۰۱۰، هر طرح روابط عمومی که از رسانه اجتماعی به عنوان یک استراتژی استفاده نکند شکست خواهد خورد.
- در سال ۲۰۱۰، حرکت از شبکه سازی و یافتن مشتری به سوی برقراری ارتباط و درک مشتریان صورت خواهد گرفت.

فرای رسانه های اجتماعی

- چه کسی صاحب رسانه اجتماعی در سازمان است و چه کسی برای این کار مناسب است؟
- قدم بعدی در ارتباطات آن لاین چیست؟ فرای رسانه های اجتماعی چه چیزی وجود دارد؟



PR2.0

Conference on
Public Relations 2.0



فرم ثبت نام یکروزه همایش روابط عمومی ۲ و رویکردهای نوین روابط عمومی الکترونیک

هزینه ثبت نام شامل:

۱- حضور در همایش ۲- گواهی نامه حضور ۳- پذیرایی و ناهار می باشد.

از تاریخ ۸۹/۰۲/۳۰ ریال ۱/۹۰۰/۰۰۰	تا تاریخ ۸۹/۰۲/۳۰ ریال ۱/۵۰۰/۰۰۰	جدول شهریه و زمان بندی ثبت نام
-------------------------------------	-------------------------------------	-----------------------------------

• تذکر مهم: مبالغ اعلام شده برای ثبت نام خالص بوده و کسر هرگونه وجهی از مبلغ ثبت نام تحت عناوین مالیات،... از طرف دبیرخانه پذیرفته نخواهد شد.

نام و نام خانوادگی:	سمت:
نام سازمان / شرکت:	پست الکترونیک:
تلفن:	نمبر:
نشانی:	تلفن همراه:

انصراف و جایگزینی

• انصراف و جایگزینی به صورت کتبی تا تاریخ ۸۹/۰۲/۳۰ بدون کسر هیچ مبلغی امکان پذیر می باشد.
نام/نام خانوادگی:

تاریخ:
مهر و امضا:

مشخصات بانکی دبیرخانه:

حساب مهر شماره ۰۳۰۱۴۴۳۹۶۰۰۰۰ نزد بانک کشاورزی (قابل پرداخت در سراسر کشور) شعبه دانشگاه صنعتی
خواجه نصیرالدین طوسی کد ۱۱۰۳ به نام «کارگزار روابط عمومی»

نشانی پستی:

تهران - صندوق پستی ۱۹۳۹۵/۶۹۸۶ - کارگزار روابط عمومی

تلفن: ۸۸۶۱۷۵۷۶-۸۸۶۱۷۵۷۷

www.iranpr.org

info@iranpr.org