

ایران کنفرانس

دومین کنفرانس «روابط عمومی و صنعت» با حضور استادان ارتباطات، فعالان صنعت، مدیران و کارشناسان روابط عمومی اردیبهشت‌ماه 1392 همزمان با روز بزرگداشت روابط عمومی در تهران برگزار می‌شود.

به گزارش خبرگزاری مهر، سیدغلامرضا کاظمی دبیران، دبیرکل دومین کنفرانس روابط عمومی و صنعت با بیان این مطلب اظهار کرد: در این کنفرانس تلاش می‌شود تا موضوعاتی مطرح شود که کاربردی بوده و بتواند بر نقش اجرایی تر فعالان حوزه روابط عمومی صنایع با افزایش در واقع به این کمک کند، مطلوب نظر دبیرخانه کنفرانس نبوده و بر تخصصی و کاربردی بودن موضوعات تأکید می‌شود.

کاظمی دبیران گفت: در هماهنگی قبلی تلاش شد تا کارکردها و نقش روابط عمومی‌ها در ارتقای تولید ملی بررسی و از دید کلان جایگاه روابط عمومی در تقویت تولید ملی تبیین شود که با تحقق مناسب این امر، از این پس کنفرانس‌های سالانه روابط عمومی و صنعت ارتقای مهارت‌ها و تخصصی‌تر شدن روابط عمومی‌های فعال در بخش صنعت را مدنظر قرار می‌دهد که برهمین اساس، موضوع دومین کنفرانس روابط عمومی و صنعت، «روابط عمومی، صنعت و توسعه بازار» تعیین شده است.

دبیرکل دومین کنفرانس روابط عمومی و صنعت با بیان اینکه یکی از الزامات دائمی صنایع، توسعه بازار است، اظهار کرد: علی‌رغم اینکه همواره به این مسأله و کارشناسان روابط عمومی، بازار آبی و تبلغات اختلاف نظر جدی در خصوص تعیین حوزه عملکرد و وظایف هر یک از این گروه‌ها برای توسعه بازار وجود دارد، اما به اتفاق همه برای باورند که فعالیت‌های روابط عمومی‌ها تأثیر بسزایی در جذب مشتری جدید، حفظ مشتری قبلی و توسعه بازار دارد و ارتقای توانمندی‌های روابط عمومی در این حوزه بی‌تردید به رشد بنگاه و توسعه بازار منجر خواهد شد.

وی خاطرنشان کرد: محورهای مقالات دومین کنفرانس روابط عمومی و صنعت به‌زودی از سوی کمیته علمی کنفرانس اعلام خواهد شد.

کاظمی دبیران همچنین در خصوص برگزاری همزمان دومین کنفرانس روابط عمومی و صنعت با هشتمین هماهنگی

روابط عمومی الکترونیک گفت: طی هماهنگی‌های انجام شده، این دو رixانه‌های دو هماش اددشده، با توجه به اینکه هر دو موضوع کاملاً کاربردی بوده و جذابیت‌های خاصی را برای مخاطبان به همراه دارند، تصمیم گرفته شد این دو هماش و کنفرانس در دو روز متوالی در اردیبهشت‌ماه برگزار شوند تا امکان تمرکز بیشتری بر موضوعات کاربردی روابط عمومی برای شرکت‌کنندگان فراهم آید.

وی ادامه داد: برخی از مدیران و کارشناسان روابط عمومی از پراکندگی کنفرانس‌های روابط عمومی گله‌مندند که این گله‌ها در فعالان روابط عمومی در شهرستان‌ها که علاقه‌مند به حضور در چنین برنامه‌هایی هستند بیشتر است و طبیعتاً این پراکندگی هزینه‌های بیشتری نیز بر سازمان‌ها بابت هزینه‌های رفت و آمد تحمیل می‌کند.

وی تأکید کرد: البته دومین کنفرانس روابط عمومی و صنعت و هشتمین کنفرانس روابط عمومی الکترونیک با ساختار و ترکیب علمی مستقل و مجزا برگزار خواهند شد.