روزنامه صبح ایران
# آفتاب اقتصادی
هر بامداد در سراسر ایران
روزنامه اقتصادی و اجتماعی

یکشنبه
۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۲
۱ ذی القعده - ۲۱ می ۲۰۲۳
سال دهم - شماره ۱۹۵۰

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: منصور مظفری
زیر نظر شورای سردبیری
aftab.yz@gmail.com
آگهی ها ۰۹۱۲۲۱۵۱۳۶۹ - ۸۸۸۳۳۰۴۹
توزیع: موسسه نشر گستر امروز ۶۶۲۸۳۲۳۲
چاپ: ریحان گستر نفیس تلفن: ۶۵۵۸۶۲۰۱
تهران، خیابان شهید مطهری، ابتدای قائم مقام فراهانی (به سمت هفت تیر)، کوچه ۲۶ پلاک ۱۰، طبقه اول، واحد یک
عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی، انجمن مدیران رسانه، تعاونی مطبوعات

## عکس روز

آتش سوزی در میدان رازی

حوالی ساعت ۱۲ دیروز حادثه آتش‌سوزی یک انبار در میدان رازی به سامانه ۱۲۵ اعلام و با توجه به وسعت آتش سوزی ماموران پنج ایستگاه آتش‌نشانی به محل حادثه اعزام شدند و آتش مهار شد.

آفتاب اقتصادی

بانک

## ایرانسل باز هم سرآمد روابط عمومی دیجیتال ایران شد

دهمین دوره «جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران»، نشان ویژه «ستاره ملی ارتباطی مدیر ارشد» را به دکتر بیژن عباسی آرند مدیرعامل ایرانسل اعطا کرد. ایرانسل در این جشنواره، همچنین نشان ویژه «ستاره ملی روابط عمومی سرآمد دیجیتال» را دریافت کرد. به گزارش روابط عمومی ایرانسل، دیروز همزمان با هفته روابط عمومی، مراسم پایانی دهمین دوره جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران و آیین نکوداشت روز ملی روابط عمومی، با حضور فرشاد مهدی‌پور معاون مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حضور شماری از فعالان ارتباطی ایرانی و بین‌المللی و نیز قرائت پیام رئیس انجمن بین‌المللی روابط عمومی (IPRA) در سالن همایش‌های شهید قندی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برگزار شد. در این جشنواره، با عنایت به رأی هیأت داوران و با کسب بالاترین امتیازهای لازم از ارزیابی‌های تخصصی، نشان ویژه «ستاره ملی ارتباطی مدیر ارشد»، به دلیل نگاه و عملکرد حمایتی از حوزه ارتباطی زیرمجموعه و شخصیت برجسته ارتباطی، به دکتر بیژن عباسی آرند مدیرعامل ایرانسل اعطا شد. همچنین ایرانسل به دلیل توفیقات در حوزه ارتباطات الکترونیکی و شبکه‌ای و سرآمدی در روابط عمومی دیجیتال، موفق شد برای سومین سال متوالی، نشان ویژه «روابط عمومی سرآمد دیجیتال» ایران را دریافت کند. در این مراسم پیام دکتر آنه گرت آبارزوا رئیس انجمن بین‌المللی روابط عمومی (IPRA) قرائت شد. در این پیام، رئیس IPRA، روابط عمومی را «یک شیوه مدیریت تصمیم‌گیری» دانست که وظیفه ایجاد روابط و منافع بین سازمان‌ها و مخاطبان آنها را بر اساس ارسال اطلاعات از طریق روش‌های ارتباطی اخلاقی و قابل اعتماد بر عهده دارد. در ادامه این پیام، تأکید شده است: تحقق تعریف فوق که مؤکد بر عناصر «تصمیم‌گیری»، «ایجاد روابط دوسویه سودمند»، «اطلاع‌رسانی» و «اخلاق» است، زمانی ممکن می‌شود که روابط عمومی در شکل و شمایل «مدیریت ارتباطات» نقش‌آفرینی کند و در غیر این صورت، به جایگاه «مجری ارتباطات» تنزل می‌یابد و نمی‌تواند به جایگاه مورد نظر این حرفه دست یابد. در بخش معرفی برگزیدگان دهمین دوره جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران، با عنایت به رأی هیأت داوران و با کسب بالاترین امتیازهای لازم از ارزیابی‌های تخصصی، نشان ویژه ستاره ملی ارتباطی مدیر ارشد به دلیل نگاه و عملکرد حمایتی از حوزه ارتباطی زیرمجموعه و شخصیت برجسته ارتباطی، به دکتر بیژن عباسی آرند مدیرعامل ایرانسل اعطا شد. در متن این لوح، خطاب به مدیرعامل ایرانسل آمده است: نظر به اینکه بر اساس رأی هیئت داوران و با عنایت به بررسی‌های انجام گرفته، شخصیت ارتباطی، منش، روحیه تعاملی و نقش تعیین کننده در بهبود ارتباط با ذی‌نفعان و نگاه تعالی‌جویانه حضرتعالی به حوزه ارتباطات، روابط عمومی، رسانه و افکار عمومی، همیشه بارز، مؤثر و کارساز بوده و از طرف دیگر، روابط عمومی زیرمجموعه جنابعالی، همواره از حمایت‌های فکری و عملی حضرتعالی بهره‌مند بوده و در مسیر پیشرفت قرار گرفته است، نشان ویژه «ستاره ملی ارتباطی مدیر ارشد» به آن مدیر ارشد فرهیخته اعطا می‌شود. در این جشنواره، همچنین با عنایت به رأی هیئت داوران و درخشش روابط عمومی ایرانسل در عرصه‌های مختلف و کسب شایستگی لازم، به دلیل توفیقات در حوزه ارتباطات الکترونیکی و شبکه‌ای و سرآمدی در روابط عمومی دیجیتال، نشان ویژه «روابط عمومی سرآمد دیجیتال» ایران در سال ۱۴۰۱، برای سومین سال متوالی، به دکتر سعید عسکری مدیر کل روابط عمومی و ارتباطات سازمانی ایرانسل اعطا شد.

## نرخنامه محصولات غذایی منجمد نیمه‌آماده در میادین میوه و تره‌بار اعلام شد

طبق اعلام نرخنامه مصوب سازمان مدیریت میادین شهرداری تهران، قیمت محصولات غذایی منجمد نیمه‌آماده در میادین میوه و تره‌بار اعلام شد. به گزارش روابط عمومی سازمان مدیریت میادین شهرداری تهران؛ بر اساس آخرین نرخنامه سازمان مدیریت میادین شهرداری تهران، قیمت محصولات غذایی منجمد در میادین میوه و تره‌بار اعلام شد. قیمت انواع محصولات غذایی منجمد در میادین میوه و تره‌بار به شرح ذیل است: انواع سبزی منجمد (با سرعت انجماد بالا) هر کیلوگرم ۳۲ هزار تومان، انواع سبزی منجمد (انجماد با روش معمولی) هر کیلوگرم ۳۱ هزار تومان، بادمجان کبابی ۳۷ هزار تومان، بچه باقالی بدون پوست ۲۹ هزار تومان، پیاز خرد شده نیمه آماده (خلالی - نگینی) ۵۹ هزار تومان، ذرت شیرین نیمه آماده ۶۹ هزار تومان، زرشک دان شده منجمد بسته‌بندی ۶۰۰ گرمی ۷۹ هزار تومان، سبزیجات مخلوط (نخود، ذرت، هویج و غیره) ۵۰ هزار تومان، سیب‌زمینی خلالی، نگینی، توپی ۴۵ هزار تومان، غوره منجمد ۲۷ هزار تومان، کرفس خرد شده ۲۴ هزار تومان، لپه باقلا زرد منجمد ۳۹ هزار تومان، لپه باقلا سبز منجمد ۸۴ هزار تومان، لوبیا سبز خرد شده ۳۹ هزار تومان، لوبیا کشاورزی دان شده بدون پوست ۵۷ هزار تومان، نخودفرنگی سبز ۶۳ هزار تومان، هویج خرد شده (نگینی و خلالی) ۱۳ هزار تومان.

دکتر ابراهیمی مدیرعامل بانک سپه خبر داد

# عبور ارزش دارایی‌های بانک سپه از مرز یک‌هزار همت

مدیرعامل بانک سپه در دیدار با مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا، ضمن اشاره به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بالای این بانک برای حمایت از واحدهای تولیدی بزرگ کشور، گفت: نخستین بانک ایرانی با دارایی بالای ۱۰۰۰ همت به‌عنوان یکی از بانک‌های قدرتمند حمایت کننده از شرکت‌های بزرگ و راهبردی در کشور بوده و این حمایت با قوت استمرار خواهد یافت.

دکتر آیت‌اله ابراهیمی مدیرعامل بانک سپه در دیدار با مهندس تیموری مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا، بر ضرورت گسترش همکاری‌های دوجانبه برای کمک به تحقق اهداف شعار سال «مهار تورم، رشد تولید» تأکید کرد. دکتر ابراهیمی در این دیدار وجود مدیران جهادی، مؤمن و متعهد در شرکت خودروسازی سایپا و داشتن برنامه‌های توسعه محور و اقدامات پیش برنده شرکت در جهت روزآمدی و تنوع محصولات را موجب ارتقا و برجسته شدن جایگاه آینده این شرکت در منطقه دانست. مدیرعامل بانک سپه در این دیدار حرکت به سمت تبدیل شدن به بزرگترین بانک دیجیتال کشور را از اولویت‌ها و برنامه‌های مهم بانک سپه دانست و گفت: این بانک با عملیاتی شدن برنامه تحول راهبردی و سند چشم‌انداز، حرکت پرشتاب خود را برای پیشرفت و تعالی ادامه خواهد داد. دکتر ابراهیمی افزود: بانک سپه بزرگترین و گسترده‌ترین بانک کشور با بیش از ۳۵۰۰ شعبه، ۱۰۲ میلیون حساب فعال بانکی و بیش از ۶۵ میلیون مشتری، بخش قابل توجهی از منابع کشور را در اختیار دارد و در حال حاضر ارزش دارایی‌های آن بالغ بر ۱۰۰۰ همت است. این بانک به‌عنوان یکی از بانک‌های قدرتمند حمایت کننده از شرکت‌های بزرگ و راهبردی در کشور بوده و این حمایت با قوت استمرار خواهد یافت. وی تصریح کرد: بیش از ۷۵ درصد از مردم ایران مشتری بانک سپه هستند و این بانک با ارائه خدمات متنوع، توانسته است در سال گذشته ۲۰۱ هزار و ۶۳۲ میلیارد تومان در قالب یک میلیون و ۹۶۷ هزار و ۲۶۲ فقره تسهیلات در بخش‌های مختلف به مردم پرداخت کند.

مدیرعامل بانک سپه در ادامه با تأکید بر مولدسازی دارائی‌ها و فروش اموال مازاد بر اساس ابلاغیه‌های دولت، افزود: این بانک در اجرای سیاست‌های دولت سیزدهم و کمک به توان تسهیلات‌دهی بهتر برای حمایت از تولید در سال گذشته ۳۵۳ رقبه ملک به ارزش ۲۶۹ هزار و ۲۶۴ میلیارد ریال از املاک مازاد را واگذار کرده است. دکتر ابراهیمی بانک سپه را یکی از بانک‌های همراه و همسو با دولت خواند و گفت: این بانک با مسئولیت‌پذیری و تکیه بر نیروی انسانی متخصص از منابع صندوق توسعه ملی برای تأمین مالی پروژه‌های ملی در بخش‌های مهم و حیاتی کشور نظیر میادین مشترک نفتی، پتروشیمی، پالایشگاهی، فولاد و نیروگاهی استفاده می‌کند.

همچنین در حمایت مالی از پروژه‌های کلان ملی مانند انتقال آب خلیج فارس به استان‌های مرکزی کشور حضور مؤثر داشته است. وی با اشاره به ظرفیت مجموعه بانک سپه در حوزه‌های مالی و فناوری‌های نوین، افزود: مجموعه بانک سپه به همراه دو هلدینگ بزرگ و شرکت‌های زیرمجموعه، با نیروی انسانی متعهد و متخصص در آینده‌ای نزدیک به بانکی برجسته و قدرتمند در منطقه تبدیل خواهد شد. دکتر ابراهیمی با اشاره به سابقه طولانی همکاری‌های بانک سپه و شرکت سایپا، خواستار گسترش تعاملات دوجانبه شد و افزود: پس از بررسی درخواست‌ها و چارچوب مقررات، همکاری‌های نخستین بانک ایرانی و گروه خودروسازی سایپا در قالب تفاهم‌نامه گسترش می‌یابد. دکتر ابراهیمی همت، انگیزه و تلاش‌های مجاهدانه سایپا را نویدبخش تحولات آینده این مجموعه خودروسازی توصیف کرد و افزود: تحریم‌های اقتصادی دشمنان، فرصت رشد و بهره‌مندی از استعدادها و توانمندی‌های خودروسازان داخلی با تکیه بر دانش و توان بومی و ایرانی را به‌ویژه در گروه خودروسازی سایپا فراهم کرده است. مدیرعامل بانک سپه در پایان، گروه خودروسازی سایپا را یکی از شرکت‌های خودروساز مهم و اثرگذار در حوزه تولید و اشتغال خواند و ابراز امیدواری کرد گروه خودروسازی سایپا با گسترش همکاری‌های مستمر و مشترک بتواند برای خدمت‌رسانی بیشتر به مردم، تولید، اشتغال و حرکت روزافزون چرخ‌های صنعت خودروسازی در کشور، به یکی از قطب‌های برتر در منطقه تبدیل شود. مهندس تیموری مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا نیز با ابراز خرسندی از برنامه‌های حمایتی بانک سپه از صنایع گوناگون و پروژه‌های ملی، بر لزوم گسترش همکاری‌های دوجانبه تأکید کرد و گفت: گروه خودروسازی سایپا با ۷ شرکت زیرمجموعه خود، تولید انواع خودروها را پوشش می‌دهد. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا ضمن قدردانی از توجه بانک سپه به صنعت استراتژیک خودروسازی کشور، ابراز امیدواری کرد پس از بررسی راه‌های همکاری، تعامل دو مجموعه بزرگ اقتصادی بیش از پیش توسعه یابد. در این دیدار هیئت‌داوران، دکتر پرتوافکنان و دکتر محقق‌نیا اعضای هیئت مدیره بانک سپه، محمد شعبانی مدیر منطقه ۵ تهران و دیگر اعضای هیئت مدیره سایپا و مدیران عامل شرکت‌های خودروساز و تأمین کننده گروه سایپا حضور داشتند.

ثتران، پیشتاز یکصد برند برتر مشتری مدار

# انتخاب ثتران به عنوان برند برتر مشتری مدار در حوزه صنعت ساختمان

کسب مقام نخست شرکت سرمایه گذاری مسکن تهران (سهامی عام) در سومین اجلاس سراسری یکصد واحد مشتری مدار در بین شرکت‌های ساختمانی را خدمت خانواده بزرگ ثتران تبریک عرض می نماییم.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه گذاری مسکن تهران (سهامی عام)، این شرکت پس از ارزیابی‌های صورت گرفته، در سومین اجلاس سراسری یکصد واحد برتر مشتری مدار در حوزه صنعت ساختمان معرفی شد. سومین اجلاس سراسری یکصد واحد مشتری مدار در روز شنبه مورخ ۲۰ اسفندماه ۱۴۰۱ در سالن همایش‌های مرکز صدا و سیما با حضور شرکت‌های مختلف صنعتی با حضور مسئولین کشوری برگزار شد. بنا بر این گزارش در این اجلاس از شرکت سرمایه گذاری مسکن تهران (سهامی عام) به عنوان شرکت برتر مشتری مدار حوزه ساختمانی با اهدای تندیس، تجلیل به عمل آمد. این شرکت که با ۶۳ پروژه در طول سی سال خدمات رسانی خود همیشه بر این اصل که "مسکن خوب، زندگی را زیباتر می کند" پایبند بوده و تلاش کرده تا به این شعار جامه عمل بپوشاند. ثتران از سال ۱۳۷۳ با ماهیت شعبه و مرکزیت شهر تهران شروع به کار کرد. این شرکت با تحت پوشش قرار دادن شهرهای تهران، کرج و قزوین فعالیت خود را با برج مسکونی پامچال آغاز نمود. متعاقب آن مورخ ۱۳۸۵٫۰۲٫۱۰ تحت شماره ۲۶۹۱۷۰ نزد اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری تهران ثبت و به عنوان شرکت مستقل، فعالیت خود را ادامه داد. شرکت تهران در تاریخ ۱۳۹۰٫۰۵٫۲۹ از سهامی خاص به عام تبدیل و در تاریخ ۱۳۹۰٫۰۶٫۱۶ در فرابورس ایران با نماد ثتران پذیرفته شده است. زمینه فعالیت شرکت انبوه سازی، ساخت و ساز واحدهای مسکونی، تجاری و اداری در قالب متنوع سازی (ساخت و ساز لوکس، متوسط و ارزان قیمت) در داخل و خارج از کشور است. استراتژی های شرکت شامل توسعه بازار و خلق مشارکت، سرآمدی در سرعت و کیفیت، همگام سازی با فناوری های نوین و ساخت و ساز سبز می باشد. عمده ترین مشتریان شرکت شامل سپرده گذاران صندوق پس انداز بانک مسکن، سرمایه گذاران، خریداران انبوه و سایر اشخاص حقیقی و حقوقی هستند. مهم ترین دلیل انتخاب و خرید واحدهای تولیدی شرکت از سوی مشتریان را می توان برند شرکت، کیفیت ساخت، رعایت استانداردهای ساختمانی و تامین نیازهای مشتریان در سطوح و طبقات مختلف اجتماعی (اقشار مرفه، متوسط و ضعیف) اشاره کرد. روابط عمومی ثتران از شهریورماه سال ۱۴۰۰ با هدف احترام به مشتریان این شرکت راه اندازی شد. از همان ابتدا این واحد در تلاش بود تا با احترام به شأن مخاطبین خود فضای آزادی را فراهم نماید تا مخاطبین بتوانند مسائل و مشکلات خود را مطرح نموده و پاسخ خود را دریافت نمایند. مشتری، مهمترین سرمایه این شرکت است که باید به آن احترام گذاشت و سی سال فعالیت در حوزه مسکن، که جزو اولین نیازهای مهم زندگی بشر است، نشان از احترام به مخاطبین است. سی سال ساخت و ساز با این کیفیت با رعایت دستورالعمل ها و استفاده از بروزترین ماشین آلات و دستگاه ها و همچنین بهره جستن از نیروهای خلاق و جوان نشان از احترام به مشتریانش است. این شرکت در نظر دارد تا با رعایت کلیه نکات مطرح شده، آموزش نیروهای متخصص و پاسخ به نیازهای روز مشتریان، امکان توسعه و سودآوری را در سال های پیش رو ایجاد نماید. مهندس علی قربانی؛ مدیرعامل محترم شرکت سرمایه گذاری مسکن تهران (سهامی عام) با بیان این مطلب که "مشتریان، سرمایه اصلی ما هستند." خاطرنشان فرمودند که: "کسب مقام برترین یکصد واحد مشتری مدار، افتخار بزرگی است که بدون اعتماد مشتریان ذره ای ارزش نخواهد داشت؛ افتخارآفرینی برای ما زمانی معنا می دهد که لبخند رضایت مشتریان خود را ببینیم و همه تلاش من و تیم ثتران، تلاش برای تحقق این خواسته است." ثتران، به عنوان الگوی ساخت مسکن در پایتخت تلاش دارد تا در امتداد مسیر تعریف شده با احترام به شأن مخاطبین، بیش از پیش به مسائل روابط عمومی بپردازد و با توسعه آن، نظرات، انتقادات و پیشنهادات مشتریان را بشنود و برای رفع موانع تلاش نماید. از محورهای این اجلاس می توان به مزایای به کارگیری ارتباط صحیح با مشتری و مشتری محوری، آشنایی با تکنیک‌های جهانی تعامل با مشتریان و ذی‌نفعان بنگاه‌های اقتصادی، تولیدی و خدماتی، تبیین جایگاه حمایت از حقوق مصرف کنندگان، بررسی انعکاس صدای مشتری در تامین نیازهای تولیدکنندگان و توزیع کنندگان، راهکارهای افزایش سهم بازار با تاکید بر کرامت مشتری، سازمان‌دهی مناسب بازارهای عرضه و تقاضا بر اساس رقابت بنگاه‌های تجاری و در نهایت بررسی چالش‌های ارکان مدیریتی و روابط بین کارکنان و مشتریان به عنوان یکی از منابع اصلی سازمان اشاره کرد.

# قیمت گذاری دستوری حقوق مصرف کننده و تولید کننده را ضایع می کند

در پی انتشار برخی اخبار قیمت محصولات بهمن موتور در خبرگزاری فارس و به تبع آن برخی پایگاه‌های اینترنتی که درباره خودروهای تولیدی این گروه مطرح شده، گفت و گویی با رئیس سازمان فروش و خدمات پس از فروش گروه بهمن انجام دادیم و از وی درباره اقدامات شورای رقابت جویا شدیم.

امیر میرمنصف رئیس سازمان فروش و خدمات پس از فروش گروه بهمن گفت: گروه بهمن بر اساس سیاست منطقی و بر پایه قوانین کشور و در جهت عرضه محصولات با کیفیت با قیمت‌های رقابتی در تاریخ ۳۰ فروردین ۱۴۰۲ با مشخص شدن قیمت دلار در سامانه ارزی نیمایی (حدود ۴۰ هزار تومان به جای ۲۸ هزار تومان در سال ۱۴۰۱) و بر اساس افزایش هزینه شاخص‌های اقتصادی سال جاری اعم از تعرفه‌های مالی و بر اساس استاندارد مالی قیمت گذاری انجام و به سازمان حمایت از مصرف کننده و تولید کننده اعلام شده است.

وی افزود: در خصوص قیمت های شورای رقابت نیز علیرغم گذشت شش ماه تا کنون هیچ اطلاعیه رسمی از سوی آن شورا یا مراجع ذی صلاح به این شرکت و دیگر شرکت‌های خودروسازی و حتی وزارت صمت ارسال نشده و خبرهایی که به عنوان قیمت‌های جدید شورا اعلام می شود صرفا اخبار فضای مجازی بوده و نظر وزارت صمت نامعلوم است. رییس سازمان فروش و خدمات پس از فروش گروه بهمن یادآور شد: آنچه روشن است قیمت‌های منتشر شده غیررسمی بر اساس نرخ هر دلار ۲۸ هزار تومان و شاخص‌های اقتصادی نیمه اول سال گذشته محاسبه شده که به هیچ عنوان نمی تواند مبنایی برای نیمه اول سال ۱۴۰۲ قرار گیرد. به همین دلیل مورد قبول هیچ یک از شرکت‌های خودروسازی نخواهد بود.

# همراه اول برترین روابط عمومی در «ارتباطات رسانه‌ای» و «روابط عمومی دیجیتال»

با کسب بالاترین امتیاز، روابط عمومی همراه اول در دهمین دوره جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران، لوح ویژه «ارتباطات رسانه‌ای» را دریافت کرد و به عنوان روابط عمومی برتر در بخش «روابط عمومی دیجیتال» معرفی شد.

به گزارش اداره کل ارتباطات شرکت ارتباطات سیار ایران، «دهمین دوره جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران» (آیین نکوداشت روز ملی روابط عمومی) با حضور جمعی از مدیران، کارشناسان و اساتید روابط عمومی ایران و تعدادی از اساتید بین المللی، در سالن شهید قندی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برگزار شد. در بخش معرفی برترین‌های روابط عمومی ایران، روابط عمومی همراه اول با کسب بالاترین امتیاز از ارزیابی‌های علمی و تخصصی صورت گرفته موفق به دریافت نشان ویژه «ارتباطات رسانه ای» شد.

همچنین روابط عمومی همراه اول با توجه به جمع بندی و تصمیم هیأت داوران به عنوان «روابط عمومی برتر» در حوزه «روابط عمومی دیجیتال» در سال ۱۴۰۱ معرفی شد و شایسته دریافت لوح و تندیس این جشنواره گردید.

در این رویداد پیام آنه گرت آبارزوا رئیس انجمن بین المللی روابط عمومی (IPRA) به مناسبت روز ملی روابط عمومی در ایران نیز قرائت شد. در بخشی از پیام وی عنوان شده بود: «روابط عمومی، یک ضرورت در عصر ارتباطات به حساب می آید و موفقیت سازمان ها، ادارات و شرکت ها و دوام آنها در عرصه ها و فعالیت تخصصی به عملکرد روابط عمومی وابسته شده است.»

براساس تعریف رئیس IPRA از «روابط عمومی»، این حوزه یک شیوه مدیریت تصمیم گیری است که وظیفه ایجاد روابط و منافع بین سازمان ها و مخاطبان آنها براساس ارسال اطلاعات از طریق روش های ارتباطی اخلاقی و قابل اعتماد را بر عهده دارد که تحقق این تعریف بر عناصر «تصمیم گیری»، «ایجاد روابط عمومی دوسویه سودمند»، «اطلاع رسانی» و «اخلاق» وابسته است.

در همین راستا دو کارگاه آموزشی روابط عمومی با عناوین «روش های نوین و انعکاس در روابط عمومی» و «مهارت های گویایی، دیداری و شنیداری در روابط عمومی» در روز دوشنبه ۲۵ اردیبهشت ماه به صورت مجازی برگزار شد. گفتنی است روابط عمومی همراه اول در راستای برنامه راهبردی این اپراتور و با مأموریت تحقق رویای دیجیتال سعی داشته با برقراری ارتباطات دیجیتال رسانه‌ای، ارتباط خود با مشترکان و رسانه‌ها را تقویت کرده و به صورت هوشمند دسترسی ذینفعان به اطلاعات و خدمات مورد نیاز را فراهم کند.

CamScanner