



به نام یگانه معلم هستی

در حالی تابستانی می شویم که کسب و کارها از رونق بیشتری نسبت به گذشته برخوردار می شوند و انجمن نیز ضمن کسب دستاوردهای علمی بالنسبه مطلوب با برنامه ریزی های انجام شده افق روشنی را با برگزاری همایش های بین المللی پیش رو ترسیم می نماید. از جمله این کنفرانس ها و همایشها اولین کنفرانس بین المللی بازاریابی دیجیتال بانکی می باشد که مقرر گردید در تاریخ 5 آبان ماه برگزار گردد. علاوه بر این با فروکش کردن کرونا و افزایش واکسیناسیون فعالیتهای حضوری انجمن و شعب در حال افزایش است.

رویکرد انجمن در توسعه نگرش بازاریابی در دنیای کسب و کارهای داخلی و علیرغم وجود تحریم ها توسعه فعالیت های بین المللی با همکاری اعضای محترم هیات مدیره و خانواده بزرگ بازاریابی کشور با روزنه های امید بسیاری همراه بوده است.

به همین جهت سعی بر آن است تا جهت گیری انجمن به سوی آموزش های بین المللی و آموزشهای مهارتی متناسب با تغییرات کسب و کارها معطوف گردد. امری که می طلبد تا انجمن با نهادهای مالی و مجموعه های تامین سرمایه و بازار سرمایه رابطه ای عمیق و گسترده ایجاد نماید. در دنیایی که ارزشهای دیجیتال در کنار بازاریابی دیجیتال تغییرات کسب و کاری زیادی را در ایران ایجاد نموده اند، صاحبان کسب و کارها به عنوان یک الزام بایستی به سمت تغییرات کسب و کارهایشان در این راستا متمایل گردند. بسیاری از کسب و کارها هنوز در چارچوب قوانین سنتی باقی مانده اند و یقینا در این صورت کوتاهی عمرشان قابل پیش بینی است. بر این اساس انجمن علمی بازاریابی ایران با توجه به رسالت خود، بر آن است تا با همکاری سایر انجمن ها و نهادهای مردم نهاد بستر مناسبی در راستای تغییر ریل این کسب و کارها ایجاد نماید.

سخن آخر این که انجمن با اهتمام به هم افزایی درونی و بهره گیری از توان داخلی و خارجی کشور بر آن است تا تحول گرا بوده و بر اساس آینده پژوهی و آینده نگری در چارچوب رسالت خود تغییر ساز و ایفاگر نقش بنیادین در این حوزه باشد، تا چنین گردد.



دکتر حسین وظیفه دوست  
رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران

# خبرنامه

خبرنامه داخلی  
انجمن علمی بازاریابی ایران

سال چهارم  
شماره هجدهم  
تابستان ۱۴۰۰



دانشگاه کردستان  
University of Kurdistan  
کربلا کوهستان

# کتاب و کار

## همایش ملی مدیریت بحران و عدم اطمینان

دانشگاه کردستان  
۱۵ و ۱۶ تیر ۱۴۰۰

**محورهای همایش:**

- ❖ مباحث کمی، مدیریت تولید و عملیات در شرایط بحران و عدم اطمینان
- ❖ بازاریابی، ارتباط با مشتریان و مدیریت برند در شرایط بحران
- ❖ کارآفرینی، نوآوری و نقش آنها در عبور از بحران
- ❖ تصمیم گیری و برنامه ریزی استراتژیک در شرایط ابهام و عدم اطمینان
- ❖ مدیریت موسسات گردشگری در شرایط بحران
- ❖ مدیریت منابع انسانی، بهره وری و تعالی سازمانی در شرایط بحران
- ❖ مدیریت مالی و هزینه ها در شرایط بحران و عدم اطمینان
- ❖ ساختارهای سازمانی و سازمانهای نوپا در شرایط بحران و عدم اطمینان

**مهلت ارسال مقالات: ۲۰ فروردین تا ۲۰ خرداد**

دیرخانه: سنندج، بلور بادهاران، دانشگاه کردستان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، صندوق پستی ۴۱۶  
کد پستی: ۱۵۱۷۵-۶۶۱۷۷

<http://conf.uok.ac.ir/BusinessAdministration2021>

ISC

گزارش کوتاهی از برگزاری همایش ملی مدیریت کسب و کار در شرایط بحران و عدم اطمینان در دانشگاه کردستان

همایش ملی مدیریت کسب و کار در شرایط بحران و عدم اطمینان در تاریخ ۱۵ و ۱۶ تیر ۱۴۰۰ در محل دانشگاه کردستان برگزار گردید که در همین راستا برنامه ریزی برای این همایش از پاییز ۱۳۹۹ در گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان انجام شد. کمیته برگزاری کنفرانس: دکتر رحمت صادقی رئیس کنفرانس دکتر رضا شافعی دبیر علمی کنفرانس دکتر فرهاد وفایی دبیر اجرایی کنفرانس

محورهای همایش شامل موارد زیر بود:

- مباحث کمی، مدیریت تولید و عملیات در شرایط بحران و عدم اطمینان
- بازاریابی، ارتباط با مشتریان و مدیریت برند در شرایط بحران
- کارآفرینی، نوآوری و نقش آنها در عبور از بحران
- تصمیم گیری و برنامه ریزی استراتژیک در شرایط ابهام و عدم اطمینان
- مدیریت موسسات گردشگری در شرایط بحران
- مدیریت منابع انسانی بهره وری و تعالی سازمانی در شرایط بحران
- مدیریت مالی و هزینه ها در شرایط بحران و عدم اطمینان
- ساختارهای سازمانی و سازمانهای نوپا در شرایط بحران و عدم اطمینان



## گزارش کوتاهی از برگزاری همایش ملی مدیریت کسب و کار در شرایط بحران و عدم اطمینان در دانشگاه کردستان

این کنفرانس در دو روز و دو نوبت صبح و عصر به صورت حضوری و مجازی برگزار شد که حدود ۲۷۰۰ نفر ساعت بصورت مجازی و ۱۵۰ نفر بصورت حضوری شرکت داشتند. در این همایش دو روزه ۱۵ کارگاه و پنل تخصصی برگزار و تعداد ۱۳۵ مقاله دریافت شد. افتتاحیه در تاریخ ۱۵ تیر با سخنرانی پروفسور عادل آذر و رئیس همایش آغاز گردید. همزمان با برگزاری کارگاه ها و نشست های تخصصی، در سالی جداگانه ۵۰ نفر از نویسندگان به ارائه مقالات خود به صورت مجازی، پرداختند. کارگاه ها و نشست ها در دو نوبت صبح و عصر برگزار و مراسم اختتامیه نیز در بعد از ظهر روز چهارشنبه با سخنرانی و ارائه بیانیه همایش و تجلیل از سخنرانان و مدعوین انجام شد. حامیان مالی این همایش شرکت شهرکهای صنعتی استان کردستان، شرکت ذوب آهن اصفهان، شهرداری سنندج، اتاق بازرگانی و معادن سنندج و شرکت ITM اصفهان بودند. همچنین از مهمترین حامیان معنوی کنفرانس می توان به انجمن علمی مدیریت بازاریابی ایران، انجمن علمی مدیریت صنعتی ایران، دانشگاه های مازنداران و علامه طباطبایی و تعداد بیشماری از دانشگاه ها، موسسات و شرکتهای خصوصی و بانکهای استانی و کشوری اشاره نمود. این همایش با دستاوردهای ارزشمندی همچون توسعه دانش، آشنا سازی شرکتهای و موسسات با مباحث نوین مدیریتی در بحران، ایجاد ارتباط بین دانشگاه و صنعت در روز چهارشنبه ۱۶ تیر ماه ۱۴۰۰ به کار خود خاتمه داد.

## مجمع عمومی سالیانه انجمن علمی بازاریابی ایران (نوبت اول)

جلسه مجمع عمومی سالیانه انجمن علمی بازاریابی ایران در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۲۸ در محل دفتر انجمن علمی بازاریابی ایران به نشانی تهران - خیابان سید جمال الدین اسدآبادی - بین خیابان ۴۹ و ۵۱ - پلاک ۴۵۱ - طبقه سه - واحد ۸ برگزار گردید.



# وبینارهای فصل تابستان

**وبینار دیجیتال مارکتینگ**  
دیروز، امروز، فردا  
(آنلاین و رایگان)

دکتر سید محمد  
مدیر عامل  
دکتر سید محمد  
مدیر عامل  
دکتر سید محمد  
مدیر عامل

مدرس: دکتر پروانه چارستاد  
متخصص بازاریابی و بازاریابی دیجیتال  
رئیس انجمن علمی بازاریابی استان مرکزی  
@dr.charsestad.marketing  
isma.markazi

جمهوری برگزار می کند:  
• ارتباط قوی فروش و کمپین های آنلاین  
• کاربرد دیجیتال مارکتینگ در دیجیتال مارکتینگ  
• مزایای استفاده از گوگل ادز برای کسب و کارها  
• دیجیتال مارکتینگ در پرستار زندگی  
• نقش تبلیغات آنلاین در بازاریابی دیجیتال

زمان برگزاری: پنجشنبه  
شهریور ماه ۱۴۰۰  
ساعت: ۱۸ الی ۲۰:۳۰

**وبینار رایگان**  
بازاریابی، فروش و تبلیغات

مدرس: دکتر پروانه چارستاد  
متخصص بازاریابی و بازاریابی دیجیتال  
رئیس انجمن علمی بازاریابی استان مرکزی  
@dr.charsestad.marketing  
isma.markazi

چهارشنبه ۱۶ تیر  
ساعت ۱۰ الی ۱۲

برای دریافت لینک وبینار به واتساپ شماره زیر پیام دهید  
+۹۲۱۸۵۷۴۰۸۷

**بخش بنی و جایگاه یاب در صنعت گردشگری**

مدرس: دکتر سید محمود شبکو منصف  
عضو هیئت علمی دانشگاه  
رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران - شعبه گیلان

تاریخ برگزاری: چهارشنبه ۱۳ شهریور ۱۴۰۰  
ساعت برگزاری: ۱۸ الی ۲۰

تلفن ثبت نام: ۰۲۱-۸۸۰۶۴۷۲۲  
موبایل: ۰۹۱۲-۶۲۸۱۶۹۹

<http://isma.org.ir/>

**Webinar**  
On-line information Resources  
In International Marketing

**وبینار**  
Trade Map  
منابع اطلاعاتی آنلاین  
در بازاریابی بین المللی

مدرس: عبداللہ ناصر قصبچی  
عضو انجمن علمی بازاریابی ایران

شهریور ۲۵  
ساعت ۱۸ الی ۲۰

۰۲۱-۸۸۰۶۴۷۲۳  
www.isma.org.ir

۰۹۱۲ ۰۶۲ ۸۱۶۹

**زمان برگزاری:** شنبه ۳۰ مرداد ۱۴۰۰

**Incoterms 2020**  
by the International Chamber of Commerce (ICC)

پژوهشکده مطالعات راهبردی  
صمت استکان زنجان با همکاری  
انجمن علمی بازاریابی ایران برگزار  
می کند

ساعت برگزاری: ۱۸-۲۰

**در این کوترمز ۲۰۲۰ چه می گذرد؟**  
سخنران:  
حامد دکتر فیروز حاجی علی اکبری  
عضو هیئت علمی، محقق و پژوهشگر

شماره تماس جهت هماهنگی و ثبت نام: ۰۲۱-۸۸۰۶۴۷۲۲ و ۰۹۱۲-۶۲۸۱۶۹۹

**اولین میزگرد علمی بازاریابی**

**با موضوع:**  
بازاریابی مسئله محور

با حضور استاد  
مدیریت، بازاریابی و کار آفرینی

**به صورت رایگان**

شماره تماس جهت ثبت نام:  
۰۹۱۱-۵۲۲-۸۰۲۱

تاریخ برگزاری: دوشنبه ۱۴ شهریور ۱۴۰۰  
ساعت برگزاری: ۱۷ الی ۱۹

انجمن علمی بازاریابی ایران  
شعبه استان مرکزی برگزار می کند

**کارگاه آنلاین بازاریابی با اینستاگرام:**  
راهکارهای کسب درآمد و رونق کسب و کارها

ارائه مدرک معتبر از انجمن علمی بازاریابی ایران

مدرس: دکتر پروانه چارستاد  
متخصص بازاریابی و بازاریابی دیجیتال  
رئیس انجمن علمی بازاریابی استان مرکزی  
@dr.charsestad.marketing  
isma.markazi

تاریخ برگزاری: دوشنبه ۱۴ شهریور ۱۴۰۰  
ساعت برگزاری: ۱۳ الی ۱۵

تخفیف ویژه برای اعضای انجمن

۵۰٪ تخفیف ویژه  
۵ هزار تومان

شماره تماس جهت رونق دوره کسب و کارها  
و کارهای آتی به جهت از کرونا

**نهمین نشست علمی**  
پانزدهمین میزگرد علمی

پانزدهمین میزگرد علمی با موضوع: راهکارهای کسب درآمد و رونق کسب و کارها

مدرس: دکتر پروانه چارستاد  
متخصص بازاریابی و بازاریابی دیجیتال  
رئیس انجمن علمی بازاریابی استان مرکزی  
@dr.charsestad.marketing  
isma.markazi

تاریخ برگزاری: دوشنبه ۱۴ شهریور ۱۴۰۰  
ساعت برگزاری: ۱۳ الی ۱۵

تخفیف ویژه برای اعضای انجمن



# وبینارهای فصل تابستان

**انجمن علمی بازاریابی ایران برگزار می کند**  
**کارگاه آموزشی روش تحقیق ویژه دانشجویان دکتری مدیریت**  
 ارائه صرف معین از طرف انجمن علمی بازاریابی  
 کلاسها به صورت آنلاین برگزار می شود  
**تاریخ ثبت نام: ۱۳۹۷/۰۵/۱۱**

**مدرس: دکتر سید علی حسینی**  
 شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۱۵۲۳۸۰۲۱  
 آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۳۱۱، طبقه چهارم، واحد ۱۰۱  
 به نام انجمن علمی بازاریابی ایران  
 تصویر نمایش دهنده را به شماره ۰۲۱-۹۱۱۵۲۳۸۰۲۱ و یا ۰۲۱-۹۱۱۵۲۳۸۰۲۱ ارسال فرمایید

**وبینار رایگان طراحی کسب و کار آنلاین**

**مدرسین:**  
 مریم مظاهری  
 محسن و مشاور دیجیتال مارکتینگ  
 آید و مانی  
 توسعه کننده وب

**زمان برگزاری:**  
 چهارشنبه ۱۸ مرداد ماه ساعت ۱۸

جهت ثبت نام لطفا نام و نام خانوادگی خود را در وبسایت به شماره زیر ارسال فرمایید  
 ۰۹۶۳ ۴۴۴ ۹۴۷۲

**سیستم سازی درآمد ساز کسب و کار**

**مدرس:** دکتر آمان اله راه پیمان  
 عضو هیات مدیره انجمن علمی بازاریابی ایران  
**تلفن ثبت نام: ۰۲۱-۸۸۰۶۸۴۷۳**  
**تلفن: ۰۹۱۲۰۹۲۸۱۶۹**  
**تلفن: ۰۹۱۲۰۳۴۶۴۰**

**وبینار طراحی مدل بازاریابی برای استارت آپ**

**مدرس: مهدی نفوی**  
 دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی  
 روسی کننده دانش تان استارت آپ  
 انجمن علمی بازاریابی ایران  
 مدرس دانشگاه

**تاریخ برگزاری:** دوشنبه ۱۴۰۰/۰۵/۱۱  
**ساعت برگزاری:** ۱۷ الی ۱۹  
**شماره تماس جهت ثبت نام:** ۰۹۱۱۵۲۳۸۰۲۱  
**لینک ورود به سامانه:** <http://ms.alabadiou.ac.ir/~bica>  
 به صورت رایگان برگزار می شود

**وبینار ابزار تجزیه و تحلیل بازار در توسعه استراتژی بازاریابی استارت آپ**

**مدرس: مهدی نفوی**  
 دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی  
 روسی کننده دانش تان استارت آپ  
 انجمن علمی بازاریابی ایران  
 مدرس دانشگاه

**تاریخ برگزاری:** سه شنبه ۱۴۰۰/۰۵/۱۹  
**ساعت برگزاری:** ۱۷ الی ۱۹  
**شماره تماس جهت ثبت نام:** ۰۹۱۱۵۲۳۸۰۲۱  
**لینک ورود به سامانه:** <http://Edu.alabadiou.ac.ir/akiau-vebinar.htm>  
 به صورت رایگان برگزار می شود

**انجمن علمی دانشجویی گردشگری و هتلداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب برگزار می کند**  
**وبینار آشنایی با چالش ها و فرصت های گردشگری سلامت ایران**

**سخنران:**  
 دکتر محمد مهدی محمدی  
 مدیرعامل گروه آموزشی گردشگری سلامت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب  
 عضو هیات مدیره انجمن علمی بازاریابی ایران

**دوشنبه ۱۸ مرداد ماه ۱۶ ساعت**

**لینک ثبت نام:** <http://fog.wfau.ac.ir/ta/form/706>  
**لینک آموشی:** <http://fog.wfau.ac.ir/ta/news/4919>  
**لینک آموشی:** <http://fog.wfau.ac.ir/ta/news/4919>

در صورت لزوم با شماره ۰۹۱۱۵۲۹۷۳۴ تماس حاصل فرمایید

**سپوزیوم ملی یکصدسال گردشگری ایران**  
 سلسله وبینارهای پیش سپوزیوم - تیرماه ۱۴۰۰

**سیر تاریخی گردشگری سلامت و طب سنتی**

**مدرسین:**  
 دکتر سید علی حسینی  
 دکتر سید علی حسینی  
 دکتر سید علی حسینی  
 دکتر سید علی حسینی

**زمان:** سه شنبه ۱۴۰۰/۰۵/۱۲  
**ساعت:** ۹ صبح  
**مکان:** سالن اجتماعات دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور

**لینک ورود:** [tourismsymposium.ir/webinar](http://tourismsymposium.ir/webinar)

**نقش بازاریابی در توسعه کار آفرینی در ایران**


**مدرسین:**  
 دکتر سید علی حسینی  
 دکتر سید علی حسینی  
 دکتر سید علی حسینی

**زمان:** سه شنبه ۱۴۰۰/۰۵/۱۲  
**ساعت:** ۹ صبح  
**مکان:** سالن اجتماعات دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور

**لینک ورود:** <http://daanaan.daan.ir>



## نقد کتاب «راهنمای A تا Z برندسازی شخصی؛ در عصر رسانه‌های دیجیتال»




بخش زنده از طریق  
آپارات خانه کتاب  
و ادبیات ایران  
@khaneketab

معرفی و بررسی کتاب  
**راهنمای A تا Z  
برندسازی شخصی**

**سخنرانان**  
دکتر ناصر آزاد (مترجم)  
دکتر شادی ادیبی فرامنتقد  
دکتر فرزاد آسایش (منتقد)

(دوشنبه ۲۸ تیر ۱۴۰۰ ساعت ۱۱)



کتاب «راهنمای A تا Z برندسازی شخصی؛ در عصر رسانه‌های دیجیتال» (28 تیرماه) در سرای اهل قلم خانه کتاب و ادبیات ایران نقد و بررسی شد.

در این نشست که با حضور ناصر آزاد مترجم، شادی ادیبی فر و فرزاد آسایش منتقدان کتاب برگزار شد، ناصر آزاد نویسنده کتاب درباره دیدگاه‌های نویسنده کتاب بیان کرد: هدف نویسنده این است که در کسب و کارها موفق باشیم و افرادی را در این زمینه به مخاطبان معرفی کنیم. کتاب به صورت یک طرح ارائه می‌شود و از نظر ظاهری بسیار کتاب مفید است و در نقشه راه هم به فلسفه برندسازی و هم به ابزارها می‌پردازد. یادآوری در عصر دیجیتال، طراحی و ارائه نقشه یادگیری خلاقانه، ساده‌نویسی تکنیک پیچیده برای درک همگان، دادن حرکت‌های شتابنده به برندهای در حال ظهور، حرکت به سمت افزایش ارزش افزوده ایده‌ها، ایجاد تصویری آسان برای همگان در اجرای ایده‌ها و خروج از ترس احتمالی، نشر تجربیات و ایجاد تعامل شبکه‌ای و ایجاد مدیریت و کیفیت جامع در بازار ایده‌ها و برندهای شخصی از جمله نتایجی است که مترجمان در کتاب می‌خواهند به آن دست یابند.

در ادامه شادی ادیبی فر، پژوهشگر حوزه کسب و کار به عنوان منتقد نیز در این نشست با اشاره به ویژگی‌های کتاب گفت: من حقیقتاً در زمینه بازاریابی کتاب‌های زیادی دیده‌ام، ولی این کتاب چارچوب خوبی به علاقه‌مندان ارائه داده است. این کتاب از 26 فصل تشکیل شده و فرد را به صورت پله‌به‌پله برای برندسازی راهنمایی می‌کند. در دنیای اخیر «دیجیتال مارکتینگ» اهمیت بسیاری پیدا کرده و ما می‌توانیم از ابزارها استفاده کنیم تا برند مشخص داشته باشیم.

فرزاد آسایش، پژوهشگر حوزه مدیریت بازاریابی و دیگر منتقد کتاب نیز در این نشست بیان کرد: شاهد کتاب جامع و نوآوری جدیدی هستیم که خلاء آن را احساس می‌کردیم. کتاب راهنمای خوبی است برای کسانی که در برندسازی شخصی فعالیت می‌کنند. از جمله بحث ترجمه واژگان گاهی بر مبنای تفکرات فردی است. من اگر به نوعی مولفان را می‌دیدم این دیدگاه را ارائه می‌دادم که معادلات و واژه‌ها متفاوت باشد و کتاب به سمت مفاهیم بازاریابی سوق پیدا کند و مفاهیم بازاریابی گنجانده شود.





## معرفی و بررسی کتاب «بازی‌پردازی با رویکرد آنلاین»



به گزارش روابط عمومی خانه کتاب و ادبیات ایران، نشست معرفی و بررسی کتاب «بازی‌پردازی با رویکرد آنلاین» چهارشنبه (10 شهریورماه 1400) با حضور نویسنده اثر محسن سیفی و حسن اسماعیل پور به عنوان منتقد و محمدرضا مهدوی راد مدیر روابط عمومی انجمن بازاریابی شعبه تهران به عنوان دبیر نشست برگزار و از آپارات خانه کتاب و ادبیات ایران پخش شد. دبیر نشست ضمن معرفی حضار و معرفی کتاب برای مخاطبین برای شروع از جناب آقای سیفی درخواست کردند کتاب بازی‌پردازی آنلاین را برای مخاطبین معرفی نمایند و به توضیح بخش‌های آن بپردازند.

محسن سیفی در نشست معرفی و بررسی کتاب «بازی‌پردازی با رویکرد آنلاین» با اشاره به این که بازی‌پردازی یعنی استفاده از ساختار بازی در زمینه‌هایی که هدف‌شان سرگرمی نیست همچون بازاریابی و فروش، بیان کرد: هدف استفاده از ساختار بازی در بازاریابی و... این است که تعامل ما را با مشتری بهتر کرده و میان مشتریان رقابت ایجاد کند تا سود کسب و کار بیشتر شود. به نظر شخص بنده مهمترین هدف بازی‌پردازی مشارکت است. وی ضمن بیان این که Gamification نمی‌تواند علم باشد از این رو که ویژگی‌های علمی را ندارد و می‌تواند در قالب یک حوزه وابسته به رشته دانشگاهی فعالیت کند، تصریح کرد: هدف من نیز از تالیف چنین اثری این بود که اگر دانشجویی قصد دارد تز دکتری خود را بنویسد با استفاده از این کتاب ابعاد و مدل‌ها را بشناسد. همچنین اگر کسی به عنوان مشاور کسب و کار این اثر را تهیه می‌کند بتواند حداکثر استفاده را از آن ببرد. او در ادامه انگیزه اصلی خود از نگارش این اثر را ماندگاری آن دانست و اظهار کرد: بازاریابی همچون سایر علم‌های دیگر به روز می‌شود و با نیاز جامعه خود را به روز می‌کند. چند موردی که در بازاریابی جدید مطرح شد مدیریت تجربه، Gamification، وفاداری نسخه سه و... است.

حسن اسماعیل پور در بخش بعدی نشست معرفی و بررسی کتاب «بازی‌پردازی با رویکرد آنلاین» با اشاره به این که واژه بازی‌پردازی انتخاب خوبی است، بیان کرد: کتابی در این زمینه ندیدم و این اثر را برای کتاب جدید بازی می‌کند و سبب می‌شود شما و دیگران کتاب جدید و بهتری تدوین کنید.





## مصاحبه شبکه خبر با دکتر سید حمید خداداد حسینی، عضو هیئت مدیره انجمن علمی بازاریابی ایران در خصوص مدیریت صادرات و واردات

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شبکه خبر، دکتر سید حمید خداداد حسینی - کارشناس مسائل اقتصادی در برنامه تیتراشب شبکه خبر گفت: باید نگاه سیستمی و ابعاد مدیریتی و چرخه مدیریتی از اجرا، قانون گذاری تا نظارت داشته باشیم؛ اگر همه این چرخه خوب عمل کنند به نتایج خوبی می‌رسیم. وی افزود: عارضه‌های موجود در قانون، اجرا و نظارت باعث پدیده مافیای واردات شده است. خداداد حسینی گفت: خود دولت که باید جایگاه نظارتی داشته باشد؛ مجری شده است و این مشکلاتی را به وجود می‌آورد. خداداد حسینی گفت: علاوه بر انحصار و تبعیض و رانت دار شدن برخی افراد، بنگاه‌های واردتی هم مشکلاتی دارند. این بنگاه‌ها نگاه سود مدارانه دارند. وی افزود: برخی از بنگاه‌های وارداتی کالای خارجی را به اسم کالای داخلی ارائه می‌کنند چون بهای تولید در خارج ارزانتر از داخل است و این روند به تولید کمکی نمی‌کند. خداداد حسینی گفت: سرمایه گذار هم با تشکیلات وارداتی به واردات ورود و با کمی تعامل به سود هنگفت دست پیدا می‌کند. وی افزود: گزارش‌ها خوبی در قسمت‌های قضایی و نظارتی انجام شده، اما واکنش‌های مناسبی به این گزارش‌ها انجام نشد. خداداد حسینی گفت: اقدام اصلاحی جدی نبوده یا اگر هم بوده روند طولانی دارد و مردم زیاد مطلع نمی‌شوند. وی افزود: الزام مسئولیتی برای پاسخگویی خیلی مهم است و این خलाها قانونی باید رفع شود.







## برگزاری کلاسهای بانک تجارت در تهران، خراسان شمالی و رضوی، زنجان، فارس، اصفهان، گرگان، خوزستان، هرمزگان



