

## به نام یگانه معلم هستی

بهار با امید به نیل به بهترینهای زندگی آغازی دگر را رفم می زند، آغازی که در آن سلامتی با فروکش کردن کرونا، نویدش است و بسط و توسعه گردشگری کشور پس از رکوردی طویل، چشم اندازش .

انجمن نیز با همت شعبه خراسان این دو را آمیزه نموده و کنفرانس بین المللی گردشگری سلامت را در شهر مقدس مشهد پی ریزی نموده است. رهاوردش نگاه ویژه به گردشگری با فن آوریهای نوین همچون هوش مصنوعی و واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و ... می باشد. فن آوریهایی که در دومین کنفرانس بازاریابی دیجیتال بانکی به طور کاملا مشهود و عملی در تهران به نمایش گذارده شد.

فن آوریهای نوظهور همانگونه که در سایر علوم به پیشرفت و پیشبرد بهتر امور منتهی شده است در بازاریابی نیز نقشی به سزا و تحول آفرین را ایفاگر بوده است.

چه اینکه نوظهورهای تکنولوژی در آنچه در بازاریابی به عنوان عوامل کلیدی محسوب می گردد همانند سرعت و سهولت تاثیر ژرفی داشته و باعث تسریع در کهنگی از طرفی و سرعت در چرخه عمر از طرف دیگر گردیده اند. علاوه بر این در آنچه انقلاب در انتخاب در شرایط امروز نامیده می شود ، هوش مصنوعی و سایر نوظهورها به عنوان مشاور مشتریان احتمالی تسهیلگر انتخابی درست و پایدار آنها می باشند.

به همین جهت رویکردهای انجمن به تم نسل پنجم بازاریابی معطوف و برآنیم تا با این رویکرد سهم اثر بیشتری در کاربردی کردن نوظهورهای تکنولوژیک در بستر استراتژیهای کسب و کار داشته باشیم

بهارتان بهاری باد

## حسین وظیفه دوست



# خبرنامه

خبرنامه داخلی

انجمن علمی بازاریابی ایران

سال پنجم

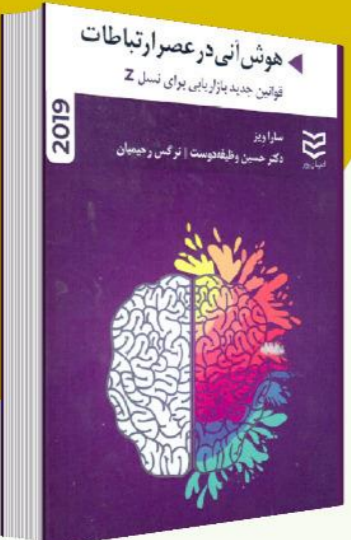
شماره بیست و یکم

بهار ۱۴۰۱

## بررسی و نقد کتاب

### «هوش آنی در عصر ارتباطات»

ترجمه آقای دکتر حسین وظیفه دوست و خانم دکتر نرگس رحیمیان



پخش زنده از طریق آپارات  
خانه کتاب و ادبیات ایران  
[aparat.com/khaneketab/live](http://aparat.com/khaneketab/live)


نقد و بررسی کتاب

# هوش آنی در عصر ارتباطات

**سخنرانان**  
لیلا فرجو  
گلاره مرتضایی  
نرگس رحیمیان (نویسنده)  
محمدرضا مهدوی راد (دبیر نشست)

(سه شنبه ۶ اردیبهشت ۱۴۰۱ ساعت ۱۰ تا ۱۲)

خیابان انقلاب اسلامی، بین خیابان فلسطین و شهید برادران مظفر جنوبی، پلاک ۱۰۸۰، خانه کتاب و ادبیات ایران، طبقه منفی ۱، سالن عاشوری



نشست نقد و بررسی کتاب «هوش آنی در عصر ارتباطات» سه شنبه (ششم اردیبهشت ماه ۱۴۰۱) با حضور خانم دکتر لیلا فرجو، خانم دکتر گلاره مرتضایی، خانم دکتر نرگس رحیمیان (مترجم کتاب) و آقای محمدرضا مهدوی راد در موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران برگزار شد.

مهدوی راد به عنوان دبیر نشست بیان کرد: جمعیت نسل هزاره، موضوعی است که در کتاب به آن اشاره می شود؛ قدرت خرید اقشار مختلف در سنین متفاوت، مصرف کنندگانی متفاوت و استراتژی های بازاریابی جدید برای ارتباط با نسل جدید و دعوت به مشارکت آن ها؛ که به نوعی بازاریابی برای نسل Z عنوان می گیرد. این کتاب توسط نشر ادیبان روز منتشر شده و در سی و سومین نمایشگاه کتاب تهران، عرضه شد.



## کارآفرینان بزرگ از نسل Z غافل نیستند

رحیمیان، مترجم کتاب، درباره نویسنده کتاب گفت: سارا ویز بازاریاب آمریکایی است و با بیشتر از ۱۵ سال مشاوره برند، با شرکت‌های بزرگی مانند گوگل و آئی‌بی‌ام همکاری داشته. از ویژگی‌های او سبک سخنرانی جذاب و شوخ‌طبعی‌های غافلگیرکننده است. کتاب هم از همین سبک پیروی می‌کند.

وی ادامه داد: او عنوان **instabrain** را به نوعی برای کتاب ابداع کرده است. با توجه به بازخوردهایی که در عنوان کتاب وجود داشت و برای انتقال بهتر مفهوم از عنوان هوش آئی استفاده کردیم. خیلی‌ها این را با هوش هیجانی و عاطفی اشتباه می‌گیرند. این کتاب درباره شناخت بهتر و بیشتر مشتریانی است که تحت عنوان نسل Z معرفی می‌شوند. رده سنی ۱۳ تا ۲۴ سال که اواخر دهه هفتاد و دهه هشتاد در ایران می‌شود.

رحیمیان درباره نسل Z توضیح داد: توافق خاصی وجود ندارد که دقیقاً این نسل چه کسانی هستند اما مشخصه این نسل، حس مشترکی است که با یکدیگر دارند. این نسل علاوه بر تبدیل شدن به مهم‌ترین گروه مشتریان به نوعی جزو تاثیرگذارترین‌ها به شمار می‌روند که با مطالعه این کتاب می‌شود بهتر آن‌ها را شناخت. با توجه به ظرفیت بالقوه زیادی که این نسل دارد، این کتاب به نوعی درصدد تمرکز بر هدف‌گیری روی آن است.

وی برخی از خصوصیات نسل Z را برشمرد و بیان کرد: کارآفرین بودن در کسب درآمد، علاقه به جمع‌آوری اطلاعات و دسته‌بندی آن‌ها؛ متمرکز بودن بر ارتباطات؛ مثلاً از اینستاگرام برای ارتباط با دوستان استفاده می‌کنند و از فیسبوک برای خانواده؛ زمان برایشان اهمیت دارد، صرفه‌جو هستند هرچند که برای آنچه دوست داشته باشند، هزینه‌های زیادی می‌کنند. شخصی‌سازی برایشان مهم است و در کل همسو با تکنولوژی در حال ایجاد تغییر هستند. این نسل در ایجاد فرهنگ نیز بسیار اثرگذار است و کارآفرینانی که نگاهشان به



### این کتاب در کنار کتاب‌های آکادمیک قرار دارد

فرجو دیگر سخنران این نشست بیان کرد: این کتاب بسیار روان و سلیس، بدون ابهام و پیچیدگی ترجمه شده است. وقتی آن را مطالعه کردم، اولین تصمیمم این بود که موضوع رفتار مصرف‌کننده را در کلاس درس، برای دانشجویان مطرح کنم و از آن‌ها بخواهم روی این موضوع مطالعه کنند.

وی ادامه داد: نسل Z در جامعه ما همانقدر اهمیت دارد که در کشورهایمانند آمریکا، به آن اهمیت می‌دهند. خصوصیات متفاوتشان برجسته‌ترین نقش آن‌هاست. در دانشگاه‌های ما، این نسل در مقطع کارشناسی هستند و البته این پرسش همواره وجود دارد که در کلاس‌های درس، با این نسل چگونه باید برخورد شود؟ همینطور در کسب و کار. طبق آمار، در سال ۲۰۲۰ در هر هفتاد روز داشته‌های افراد به روز می‌شد و با گذشت زمان، امروز می‌توانیم سرعت تغییر و کهنه شدن اطلاعات را مشاهده کنیم. فرجو نقدهایی را نیز وارد کرد و گفت: فرضیات مختلفی در این کتاب مطرح شده است هرچند صحبت از نسل‌های جدید، موضوع جدیدی نبوده و درباره نسل Z پیش‌تر نیز صحبت‌هایی صورت گرفته است. بحث نسل‌های مختلف، پارادایم‌های مصرف در دوره‌های زندگی و ... نیز سابق بر این مورد توجه سازمان‌های کسب و کار بوده است. به عقیده من باید قواعد مطرح شده کتاب برای نسل Z را در کنار پارادایم‌های طراحی شده موجود مورد بررسی و بهره‌برداری قرار دهیم. مانند موضوع **HR Marketing** که در نوع خود هم جدید است و هم جذابیت فراوانی برای مخاطب هدف دارد. در کل، کتاب، نکات مثبت فراوانی دارد و می‌تواند در کنار کتاب‌های آکادمیک مورد استفاده قرار بگیرد.

### بدون آینده‌نگری، ورشکسته هستیم

گلاره مرتضایی دیگر سخنران این نشست، کتاب را مشابه و نزدیک افکار مایکل سولومون استاد بازاریابی در دانشکده تجارت دانشگاه سنت جوزف دانست و بیان کرد: سولومون استاد رفتار مصرف‌کننده است و فکر می‌کنم این کتاب در ادامه همین دیدگاه‌ها در تقابل با مصرف‌کننده نوشته شده است. خانم ویز از دیدگاه انسانی، به موضوع نگاه کرده و باور دارد انسان در همه جای جهان، یک سرشت دارد. شاید خرده فرهنگ‌ها متفاوت باشند اما هویت و شخصیت، یکی است

وی ادامه داد: این کتاب حس خیلی خوبی به من داد. نسل‌سازی کار ساده‌ای نیست و واقعیت این است که بهتر است تمرکز بر چابکی و هوشمندی در مسیر پاسخگویی به نیازهای اصلی باشد. اولین حس این کتاب برای من این بود که بتوانم فرزندم را بهتر بشناسم. فرزند من بسیار سریع تصمیم می‌گیرد و بارها من و پدرش را زیر سوال می‌برد. بسیاری از مواقع نمی‌توانیم همگام با او باشیم. دانشجویان ما نیز در رده‌های سنی پایین‌تر، با همین دیدگاه‌ها در کلاس حضور دارند

مرتضایی به نقل از گفته‌های نویسنده کتاب، بیان کرد: در دیدگاه کلی‌تر باید بازاریابی را در درون خدمات و کالا ببینیم. شرکت‌هایی که خودشان را به زحمت نمی‌اندازند تا از نیازها و عادات مصرف‌کنندگان مطلع شوند و فکری برای آینده بازار ندارند، به عنوان ورشکسته به کار خود پایان می‌دهند.



## انجمن علمی بازاریابی ایران برگزار می کند بوت کمپ مجازی بازاریابی نوین

 <b>دکتر امین موجدی</b> • دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی • بازاریابی تجاری و کمپین های تجربه مشتری	 <b>دکتر مهدی نقوی</b> • دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی • طراحی مدل بازاریابی مدرن • دیجیتال مارکتینگ	 <b>دکتر مرتضی مختاری</b> • دکترای تخصصی هوش مصنوعی • تاثیر هوش مصنوعی بر دیجیتال مارکتینگ
 <b>دکتر پروانه چارستاد</b> • دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی • پیاده سازی شخصی در فضای دیجیتال	 <b>دکتر مهینم شیر خدایی</b> • دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی بین الملل • بازاریابی هورمونی و عصبی	 <b>دکتر محسن سیفی</b> • دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی • بازی پردازی با رویکرد آنلاین



با اعطای گواهی نامه رسمی انجمن علمی بازاریابی ایران

تاریخ برگزاری: ۲۴ الی ۲۹ اردیبهشت ۱۴۰۱  
 راه های ارتباطی جهت ثبت نام: ۰۲۱۸۸۰۶۸۴۷۳  
 پیام واتس آپ: ۰۹۱۲ ۰۶۲ ۸۱۶۹



### بوت کمپ مجازی بازاریابی نوین

اولین بوت کمپ مجازی بازاریابی نوین، توسط کمیته دانش بنیان و استارت آپ انجمن علمی بازاریابی ایران برگزار گردید

این رویداد مجازی با شش عنوان در راستای بازاریابی نوین و با تدریس اساتید برجسته هر یک از موضوعات طی مدت زمان شش روز، از ۲۴ الی ۲۹ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ برگزار شد؛ عناوینی که در این رویداد مجازی به آن پرداخته شد: تاثیر هوش مصنوعی در دیجیتال مارکتینگ، بازی پردازی با رویکرد آنلاین، بازاریابی تجربی و کمپین های تجربه مشتری، برندسازی شخصی در دنیای دیجیتال، طراحی مدل های بازاریابی مدرن، بازاریابی هورمونی و عصبی.

شرکت کنندگان این رویداد مجازی به لحاظ کیفی از سطح علمی بالایی برخوردار و همگی فارغ التحصیل مقاطع کارشناسی ارشد و دکترای مدیریت، بازاریابی و اقتصاد بودند.

در پایان پس از ارزیابی های صورت گرفته از شرکت کنندگان در بوت کمپ مجازی بازاریابی نوین، رضایت کامل نسبت به این رویداد را داشتند و همچنین از برگزاری رویداد های مشابه استقبال کردند.

# کنفرانس گردشگری و سلامت

## انجمن علمی بازاریابی ایران

### کنفرانس بین المللی

### بازاریابی گردشگری سلامت

مشهد 20 بهمن 1400 مهلت ارسال مقالات 13 بهمن



**اهداف و محورهای همایش:**

بازاریابی گردشگری سلامت (راهکارها و چالش ها)

اقتصاد گردشگری سلامت

سرمایه گذاری در گردشگری سلامت

بازاریابی دیجیتال در گردشگری سلامت

مدیریت و سازماندهی گردشگری سلامت در کشور

طب سنتی در گردشگری سلامت

رئیس کمیته علمی

رئیس کنفرانس

دبیر خانه تهران

رئیس شورای سیاست گذاری

دکتر خداداد حسینی

دبیر اجرایی

دکتر قاسمی

دبیر خانه مشهد

ثبت نام در کنفرانس و ارسال مقالات:

آدرس سایت [www.viisma.com/conf](http://www.viisma.com/conf)



انجمن علمی بازاریابی ایران شاخه خراسان برای اولین بار اقدام به برگزاری کنفرانس بازاریابی گردشگری سلامت در تاریخ ۲۱ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ نمود. این کنفرانس با همکاری دانشگاه جامع علمی کاربردی پردیسان در محل هتل پردیسان با حضور جمعی از مدیران و اساتید برجسته استان و کشور برگزار گردید در این کنفرانس میهمانان خارجی از کشورهای هلند، افغانستان، عراق و پاکستان بصورت حضوری و مجازی حضور داشتند و انجمن زمینه استقرار همه میهمانان را در هتلهای مشهد بصورت رایگان فراهم نموده بود. بعد از ارائه ۴ مقاله منتخب از میان مقالات، برگزیده پنل تخصصی با حضور دکتر وظیفه دوست دکتر فاریابی دکتر مختاری تشکیل شد و به سوالات علاقمندان و شرکت کنندگان پاسخ داده شد و در همین راستا پروژه های سرمایه گذاری برای استان شناسایی شد.

در این میان آقای دکتر کیانی رییس دانشگاه علوم پزشکی مشهد که یکی از مهمانان ویژه این برنامه علمی بود از انجمن دعوت نمود که به عنوان یک مشاور در زمینه بازاریابی دیجیتال در کنار دانشگاه حضور داشته باشد.

در حاشیه مطالب لازم است گفته شود مدیران ارشد هتلهای مشهد - تعدادی از اعضای شورای شهرومدیران سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و تعدادی از میهمانان خارجی از کشورهای همسایه حضور داشتند.

## International Conference on Health Tourism Marketing

Mashhad February 9, 2022 Deadline for submitting articles : February 2, 2022



**Objectives of the conference :**

- Health Tourism Marketing(Solutions and challenges)
- Health Tourism Economics
- Invest in health Tourism
- Digital Marketing in Health Tourism
- Management and organization of health Tourism in the country
- Traditional medicine in health Tourism

**Members of the Executive Committee:**

- Chairman of the Scientific Committee : *dr faryabi*
- Chairman of the Policy Council : *dr khodad hoseini*
- Conference President : *dr vazife dost*
- Executive Secretary : *dr ghasemi*

Mashhad Secretariat: 051\_36632931  
Tehran Secretariat: 021\_88068473  
mobile: 09128600117

Register for the conference and submit papers  
[www.viisma.com/conf](http://www.viisma.com/conf)





# دومین کنفرانس بازاریابی دیجیتال بانکی

## انجمن علمی بازاریابی ایران

اولین کنفرانس بین المللی بازاریابی دیجیتال بانکی در آبان ماه ۱۴۰۰ توسط انجمن علمی بازاریابی ایران برگزار گردید و دومین کنفرانس بین المللی دیجیتال بانکی با توجه استقبال صنعت بانکداری ایران و همچنین جامعه علمی و دانشگاهی کشور از اولین کنفرانس در ۲۵ خرداد ماه ۱۴۰۱ برگزار گردید. تحول بین المللی نظام بانکی به نئو بانک و نیاز به همگام شده با جامعه جهانی نیازی است که انجمن علمی بازاریابی ایران به آن توجه ویژه داشته داشته است.

اهداف و محورهای دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی دیجیتال بانکی:

- ✓ استراتژی های بازاریابی دیجیتال
- ✓ داده کاوی در بانکداری دیجیتال
- ✓ بازاریابی مرکب در بانکداری دیجیتال
- ✓ زیرساخت های لازم در جهت اجرای بازاریابی دیجیتال بانکی
- ✓ تکنیک ها و تاکتیک ها در بازاریابی دیجیتال بانکی
- ✓ برندینگ بازاریابی دیجیتال

در این کنفرانس علاوه بر سخنرانی ها که توسط جامعه دانشگاهی و مسوولان و مدیران بانکی کشور انجام پذیرفت ، کارگاهها و پانلهای تخصصی هم برگزار گردید . همچنین در این کنفرانس از زحمات جناب آقای پرویز درگی تشکر و قدردانی به عمل آمد .

# دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی دیجیتال بانکی

(ارزش آفرینی از طریق هم آفرینی در حوزه نهادهای مالی)

۲۵ خرداد ۱۴۰۱ مرکز همایش های اندیشه معین

### اهداف و محور های همایش:

- + استراتژی های بازاریابی دیجیتال
- + داده کاوی در بانکداری دیجیتال
- + بازاریابی مرکب در بانکداری دیجیتال
- + زیر ساخت های لازم جهت اجرای بازاریابی دیجیتال بانکی
- + تکنیک ها و تاکتیک ها در بازاریابی دیجیتال بانکی
- + برندینگ بازاریابی دیجیتال



رئیس شورای سیاست گذاری کنفرانس  
دکتر سید حمید خدادادحسینی

رئیس کنفرانس  
دکتر رنوف رابطی



رئیس کمیته اجرایی  
دکتر گلاره مرتضائی

دبیر علمی کنفرانس  
دکتر حسین وظیفه دوست



ثبت نام در کنفرانس و ارسال مقالات:

WWW.CONF.ISMA.ORG.IR

# 2nd International Conference on Digital Banking Marketing

(Value creation through co-creation in the field of financial institutions)

Andisheh Modin Conference Center 15 June 2022

Objectives and topics of the conference:

- Digital marketing strategies
- Data mining in digital banking
- Combined Marketing in Digital Banking
- Open infrastructure for digital banking marketing
- Techniques and tactics in digital banking marketing
- Digital marketing branding

Chairman of the Policy Council  
Dr.Seyed Hamid Khodadad Hoseini

Conference Chairman  
Dr.Rauf Raabeti

Chairman of the Executive Committee  
Dr.Gelareh Mortezaie

Scientific chairman of the Conference  
Dr.Hosein Vazifedost

Iranian Scientific Marketing Association

Register for the conference and submit papers  
[WWW.CONF.ISMA.ORG.IR](http://WWW.CONF.ISMA.ORG.IR)







# خبرنامه انجمن علمی بازاریابی ایران

صاحب امتیاز:

انجمن علمی بازاریابی ایران

مدیر مسئول:

دکتر حسین وظیفه دوست

نشانی دفتر انجمن:

خیابان اسدآبادی (یوسف آباد)، بالاتر از خیابان

۴۹، پلاک ۴۵۱، ساختمان پزشکان ۵۰۱، طبقه

سوم، واحد ۸.

تلفن: ۸۸۰۶۸۴۷۳

WWW.ISMA.ORG.IR

INFO@ISMA.ORG.IR

بهار ۱۴۰۱

## درخواست همکاری با انجمن

از تمامی اساتید، مدیران، کارشناسان، و دانشجویان خانواده بازاریابی دعوت به عمل می آید با مراجعه به سایت انجمن علمی بازاریابی ایران و تکمیل پرسشنامه مربوطه، ما را در راستای انجام وظایفمان یاری فرمایند.

انجمن علمی بازاریابی ایران		فرم درخواست عضویت حقیقی	
فرم عضویت اشخاص حقیقی (وابسته / پیوسته / دانشجویی / افتخاری) / مشخصات فردی			
نام:	شماره ملی:	تاریخ تولد:	شماره تلفن:
Last name:	شماره تلفن همراه:	شماره ثابت:	کدپستی:
نام خانوادگی:			
نشانی:			
سوابق تحصیلی و مشخصات شغلی			
آخرین مدرک تحصیلی:		نام محل کار:	
رشته تحصیلی:		سمت:	
نام دانشگاه:		تلفن محل کار:	
شماره دوره تحصیلی یا ورودی:		آدرس لینکدین:	
محل اخذ (کشور):		پست الکترونیکی شخصی:	
علاقه مند به فعالیت و همکاری در کدامیک از موارد زیر هستید			
<input type="checkbox"/> عضویت در کمیته های آموزش <input type="checkbox"/> آمار و اطلاعات <input type="checkbox"/> انتشارات <input type="checkbox"/> روابط بین الملل <input type="checkbox"/> همایش ها و کنفرانس ها <input type="checkbox"/> پذیرش <input type="checkbox"/> عضویت در گروه های تخصصی <input type="checkbox"/> برند <input type="checkbox"/> توزیع <input type="checkbox"/> فروش <input type="checkbox"/> قیمت گذاری <input type="checkbox"/> تحقیقات بازاریابی <input type="checkbox"/> استراتژی بازاریابی <input type="checkbox"/> گردشگری سلامت <input type="checkbox"/> گردشگری طبیعت گردی <input type="checkbox"/> گردشگری تفریحی <input type="checkbox"/> بازی پردازی <input type="checkbox"/> بسته بندی <input type="checkbox"/> توزیع و ارتباطات <input type="checkbox"/> سایر موارد: فعالیت های پژوهشی <input type="checkbox"/> ارائه سخنرانی <input type="checkbox"/> برگزاری کارگاه آموزشی <input type="checkbox"/> سایر موارد <input type="checkbox"/>			
مشارک مورد نیاز (لطفاً اسکن مدارک زیر را از طریق ایمیل <a href="mailto:isma.org.ir@gmail.com">isma.org.ir@gmail.com</a> ارسال نمایید)			
<input type="checkbox"/> ۱- فرم درخواست عضویت حقیقی تکمیل شده <input type="checkbox"/> ۲- فایل الکترونیکی عکس ۳×۴ (جهت صدور الکترونیکی گواهی عضویت، کارت عضویت و فرج در وبگاه انجمن) <input type="checkbox"/> ۳- کپی کارت ملی <input type="checkbox"/> ۴- کپی آخرین مدرک تحصیلی (جهت تعیین نوع عضویت) <input type="checkbox"/> ۵- رزومه فردی (در صورت تولید شغل برای قرار دادن در وبگاه انجمن) <input type="checkbox"/> ۶- تأییدیه ۵ سال سابقه مدیریت (برای فوق لیسانس ها غیر مرتبط که تمایل دارند عضو پیوسته انجمن گردند) <input type="checkbox"/> ۷- کپی فیش واریزی مبلغ حداقل ۲۵۰۰۰۰۰ ریال برای اعضای پیوسته، مبلغ ۲۴۰۰۰۰۰۰ ریال برای اعضای وابسته و ۹۰۰۰۰۰۰ ریال برای عضویت دانشجویی به شماره حساب ۱۲۴۰۹۸۹۵۵ بانک تجارت، کد شعبه ۳۱۱ و یا به شماره کارت ۵۵۹۹۸۳۷۰۰۰۷۵۲۰۵۹۱ نام انجمن علمی بازاریابی ایران و اطلاع رسانی به انجمن			
اینجانب: _____ ضمن تأیید اطلاعات فوق درخواست عضویت حقیقی در انجمن را دارم			
تاریخ:		امضاء:	
آدرس: تهران، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، بین خیابان ۴۹ و ۵۱ پلاک ۴۵۱، طبقه ۳، واحد ۸، تلفن: ۸۸۰۶۸۴۷۳			

دکتر گلاره مرتضایی

دکتر سید مصطفی شاکریان

همکاران این شماره