

خبرنامه اینترنت کمیته امداد امام خمینی (ره)

سال سوم، شماره بیست و هفتم نیمه اول بهمن هشتاد و هشت
اداره کل برنامه ریزی و فناوری اطلاعات

اینترنت (۲)

ثبت Domain چیست؟

بخش سوم : (host) بیانگر میزبان صفحات
سایت شما می باشد که کاربر را به سمت
صفحات طراحی شده جهت معرفی شرکت
شما سوق می دهد. همچنین اگر سایت شما
دارای زیرساختهای مختلف باشد از این بخش
میتوانید به زیرسایت مربوطه بروید. مانند WWW
و غیره



**چرا باید
Domain ثبت
کرد؟**

برای اینکه شما دارای یک نام شخصی در
اینترنت باشید و بتوانید سایت خود را در میان
میلیاردها سایت دیگر قرار دهید باید آن را ثبت
کنید. از این طریق میتوانید سایت طراحی شده
را بر روی این Domain قرار دهید. از طریق یک
سایت مشتری می تواند به سایت شما رجوع
کند و از سرویسهای شما با خبر شود و یا
سفارش دهد.

فرق پسوندهای مختلف با یکدیگر چیست ؟

هر پسوند نشاندهنده زمینه کاری و محدوده
فعالیت سایت یا صاحب آن Domain می باشد .
در ذیل جهت آشنایی با هر یک از پسوندها به
شرح آنها می پردازیم :



همانطور که
در عرف
معمول هر
شرکت یا هر
شخص دارای
مشخصاتی

یکتا نظیر : اسم، آدرس و یا آرم می باشد، هر
فرد حقیقی یا حقوقی جهت حضور در اینترنت
می بایست یک نام و آدرس مجزا برای خود
داشته باشد. این آدرس مجزا و انحصاری
اصطلاحاً با نام Domain شناخته می گردد.
هر Domain دارای مشخصه هایی می باشد که
از ۳ قسمت اصلی ساخته می شود.

به شرح ذیل :

بخش اول: (zone) این بخش بیانگر محدوده
فعالیت شرکت شما می باشد. کاربران با توجه
به این بخش پی به زمینه کاری شما می برند.
مثلاً COM. نشاندهنده تجاری بودن سازمان
شما می باشد.

بخش دوم : (domain) نشان دهنده نام شما
می باشد. این نام نمی بایست قبلاً توسط فرد
دیگری دریافت شده باشد، بدین منظور قبل از
ثبت Domain می بایست نام انتخابی خود را
چک کنید .

برگزاری جلسات حضوری متخصصان با کار فرمایان

تحلیل داده ها بر اساس رفتار کاربران

گزینش اطلاعات بر اساس نیاز مخاطب

طراحی ساختار اطلاعاتی سایت

پیشنهاد قالب گرافیکی سایت

ارائه ساختار نهایی سایت

طراحی و اجرای سایت

به کار گیری هنر گرافیک کامپیوتری

ایجاد بستر لازم جهت شکوفایی خلاقیت ها

ایجاد تطبیق میان نوع طراحی با موضوع سایت

به کار گیری سبکهای خاص و متفاوت

هماهنگی با متد های روز

استفاده از تکنیک های روانشناسی رنگ

به کار گیری انیمیشن در صفحات وب

استفاده متناسب از عکس، فیلم و فایل های صوتی

پشتیبانی و عملیاتی کردن سایت

پشتیبانی سایت های طراحی شده

معرفی به موتورهای جستجوگر و دایرکتوریا

نگهداری سایت و اختصاص فضا و نام دامنه

کمک به اضافه شدن بخش های جدید به سایت

کمک در بروز رساندن اطلاعات در سایت

... ما همه این خدمات را از ابتدا تا انتها در اختیار شما قرار می دهیم ...

موتور جستجوگر و اهمیت آن

اینترنت خصوصا وب منبع عظیمی از اطلاعات است که روز به روز بر حجم آن افزوده می شود. در حال حاضر میلیونها صفحه که اطلاعات فراوانی از موضوعات مختلف را در بر دارند بر روی سرورس دهنده های مختلف جا خوش کرده اند و این در حالی است که هر روز نیز بر حجم این اطلاعات افزوده می شود.

جنبه مثبت وب این است که اطلاعات فراوانی را در موضوعاتی بسیار گسترده، ارابه می دهد اما جنبه منفی آن این است که اگر کاربری دنبال موضوعی خاص باشد، کدام صفحه را بخواند؟ از میان میلیونها صفحه

.com (به معنای commercial): این پسوند جزء متداولترین پسوندها می باشد و نشاندهنده این است که سایت، مربوط به یک شرکت تجاری بین المللی است. امروزه این پسوند به قدری متداول می باشد که اکثر مردم تصورشان این است که تنها این پسوند وجود دارد و می بایست از طریق این پسوند Domain خود را ثبت کنند.

.NET (به معنای Network): و نشاندهنده شرکتهایی می باشد که در زمینه خدمات دهی سرویسهای اینترنت یا ISP فعالیت می کنند.

.Org (به معنای Organization) :

و نشاندهنده سازمانهای غیر دولتی می باشد.

فلسفه طراحی وب سایت

برای ورود به فضای اینترنتی و بهره مندی از مزایای این فضای متفاوت، بهترین راه، بهره گیری از یک سایت اینترنتی است. با راه اندازی یک وب سایت، شما می توانید براحتی فعالیت و یا محصولات خود را معرفی کرده، با مخاطبان و مشتریان خود در ارتباط باشید و از تمام امکانات موجود، برای رشد فعالیت خود استفاده کنید.

برای راه اندازی وب سایت خود، از خدمات طراحی وب ما استفاده کنید. بسته های مختلف طراحی وب، شامل ثبت دامنه، میزبانی، سرویس ایمیل، طراحی صفحات، معرفی سایت شما به موتورهای جستجو و بسیاری خدمات دیگر، در دسترس شما است.

ایدئولوژیهای طراحی وب سایت

تدوین و تهیه ساختار اطلاعات سایت های اینترنتی و اینترنتی

شناخت اهداف و طرح های مدیران سازمان در حضور الکترونیکی

شناسایی مخاطبان سایت و نیازهای اطلاعاتی و خدماتی آنها

بررسی عملکرد سایت های مشابه داخلی و خارجی

البته تنها رتبه های بالای نتایج جستجو است که مورد توجه کاربران قرار دارد و آنها به سایتهای لیست شده در این رتبه ها مراجعه می کنند. کاربران هنوز هم علاقه دارند که ده سایت اول در نتایج جستجو را مرور کرده، از بقیه سایتهای صرف نظر کنند. این رفتار کاربران پیام بسیار واضحی دارد.

سایتهایی که در رتبه های بالا قرار نمی گیرند، بینندگان چندانی هم نخواهند داشت.

با دقت در این رفتار کاربران اهمیت کسب رتبه های بالا در موتورهای جستجوگر روشن تر می شود. نکته دیگر آنکه بیندگانی که بدین ترتیب از طریق موتورهای جستجوگر روانه سایتهای می شوند، عموماً علاقه مندان به آن سایت هستند و این در حالی است که هزینه چندانی صرف آوردن آنها به سایت نشده است.

امروزه تجارت الکترونیک خود را با مسئله رتبه بندی در موتورهای جستجوگر هماهنگ کرده است زیرا رتبه های بالاتر مستقیماً به فروش بیشتر، تعبیر می شوند.

طبق آمارهای ارائه شده در ابتدای سال جدید میلادی (۲۰۰۳) نزدیک به ۹۳ درصد بینندگان سایت های فعال در زمینه ارائه هدایای کریسمس را موتورهای جستجوگر فراهم کرده اند که در این بین گوگل با ۲۷ درصد در صدر ایستاده است و پس از آن یاهو با ۲۵ درصد در رده دوم قرار گرفته است.

کسب رتبه های بالا آرزوی هر دارنده سایتی است که آگاهانه پای در دنیای مجازی وب می نهد. هر روزه سایت های بسیاری در وب منتشر می شوند که دارندگان آنها به امید کسب درآمد و موفقیت به این تجارت نوین وارد شده اند اما تنها عده معدودی از آنها با استفاده از تکنیک های موثر کسب درآمد و با تکیه بر تخصص خود در این بین به موفقیت دست می یابند.

امروزه بازاریابی در اینترنت (Internet Marketing) روشهای بسیاری را برای کسب درآمد هر چه بیشتر در اختیار سایت ها قرار داده است اما انتخاب اول تمامی سایت ها، رتبه های بالا در موتورهای جستجوگر است.

شیرجه به اقیانوسی به نام اینترنت

هات بات، تیوما، ویویزمو، یوچیکو، ... اشتباه نکنید!

موجود، کدام صفحه و یا صفحات نیاز او را برآورده می کند؟

در چنین مواقعی کاربران سراغ موتورهای جستجوگر می روند. آمارهای رسمی نشان می دهد که افراد بسیاری سفر در دنیای وب را با موتورهای جستجوگر آغاز می کنند.

موتور جستجوگر سایتی است که با گرفتن عبارتی مختصر، کاربر را با لیستی از سایتهای روبرو می کند که به موضوع مورد علاقه او مرتبط است. موتور جستجوگر سایتی است که برای کمک به کاربران در یافتن اطلاعات موجود در سایر سایتهای طراحی شده است. بسیاری از آنها در ابتدا تنها پروژه های دانشگاهی بوده اند نظیر:

Google, Inktomi, Yahoo

وقتی یک کاربر عبارتی را جستجو می کند، موتور جستجوگر لیستی از سایتهای را نشان می دهد که تعداد آنها از چند مورد تا میلیونها صفحه متغیر است. سایتهایی که موتور جستجوگر به عنوان نتایج جستجویش نشان می دهد برحسب میزان ارتباط با موضوع جستجو شده به ترتیب نزولی لسیت می شوند.

به عبارت دیگر سایتی که به عنوان اولین نتیجه جستجو معرفی می شود، مرتبط ترین سایت به عبارت جستجو شده از دید آن موتور جستجوگر بوده است.

افرادی که دستی در تجارت الکترونیک دارند، اذعان می کنند که آوردن بیننده به سایت ضروری ترین شرط موفقیت برای سایتهای تجارت الکترونیک است. فرقی نمی کند که سایت چه کالا و خدماتی را ارائه می کند، هر سایت اگر خواهان کسب درآمد و محبوبیت است، باید بیننده داشته باشد.

تعداد بینندگان هر سایت، برگ برنده آن در دنیای وب است. سایتی که بیننده ندارد بدون شک مرگی آن لاین را تجربه می کند. مرگی که متأسفانه نمی توان کسی را هم به مراسم ختمش دعوت نمود!

آمارهای رسمی به خوبی نشان می دهند که موتورهای جستجوگر ابزار مناسبی هستند که کاربران به کمک آنها کالا، خدمات و اطلاعات مورد نیاز خود را می یابند.

البته تنها رتبه های بالای نتایج جستجو است که مورد توجه کاربران قرار دارد و آنها به سایتهای لیست شده در این رتبه ها مراجعه می کنند. کاربران هنوز هم علاقه دارند که ده سایت اول در نتایج جستجو را مرور کرده، از بقیه سایتهای صرف نظر کنند. این رفتار کاربران پیام بسیار واضحی دارد.



موجود، کدام صفحه و یا صفحات نیاز او را برآورده می کند؟

در چنین مواقعی کاربران سراغ موتورهای جستجوگر می روند. آمارهای رسمی نشان می دهد که افراد بسیاری سفر در دنیای وب را با موتورهای جستجوگر آغاز می کنند.

سایتهایی که در رتبه های بالا قرار نمی گیرند، بینندگان چندانی هم نخواهند داشت.

با دقت در این رفتار کاربران اهمیت کسب رتبه های بالا در موتورهای جستجوگر روشن تر می شود. نکته دیگر آنکه بینندگانی که بدین ترتیب از طریق موتورهای جستجوگر روانه سایتهای می شوند، عموماً علاقه مندان به آن سایت هستند و این در حالی است که هزینه چندانی صرف آوردن آنها به سایت نشده است.

موتور جستجوگر سایتی است که با گرفتن عبارتی مختصر، کاربر را با لیستی از سایتهای روبرو می کند که به موضوع مورد علاقه او مرتبط است. موتور جستجوگر سایتی است که برای کمک به کاربران در یافتن اطلاعات موجود در سایر سایتهای طراحی شده است. بسیاری از آنها در ابتدا تنها پروژه های دانشگاهی بوده اند نظیر:

امروزه تجارت الکترونیک خود را با مسئله رتبه بندی در موتورهای جستجوگر هماهنگ کرده است زیرا رتبه های بالاتر مستقیماً به فروش بیشتر، تعبیر می شوند.

Google, Inktomi, Yahoo

طبق آمارهای ارایه شده در ابتدای سال جدید میلادی (۲۰۰۳) نزدیک به ۹۳ درصد بینندگان سایت های فعال در زمینه ارایه هدایای کریسمس را موتورهای جستجوگر فراهم کرده اند که در این بین گوگل با ۲۷ درصد در صدر ایستاده است و پس از آن یاهو با ۲۵ درصد در رده دوم قرار گرفته است.

وقتی یک کاربر عبارتی را جستجو می کند، موتور جستجوگر لیستی از سایتهای را نشان می دهد که تعداد آنها از چند مورد تا میلیونها صفحه متغیر است. سایتهایی که موتور جستجوگر به عنوان نتایج جستجویش نشان می دهد برحسب میزان ارتباط با موضوع جستجو شده به ترتیب نزولی لسیت می شوند.

کسب رتبه های بالا آرزوی هر دارنده سایتی است که آگاهانه پای در دنیای مجازی وب می نهد. هر روزه سایت های بسیاری در وب منتشر می شوند که دارندگان آنها به امید کسب درآمد و موفقیت به این تجارت نوین وارد شده اند اما تنها عده معدودی از آنها با استفاده از تکنیک های موثر کسب درآمد و با تکیه بر تخصص خود در این بین به موفقیت دست می یابند.

به عبارت دیگر سایتی که به عنوان اولین نتیجه جستجو معرفی می شود، مرتبط ترین سایت به عبارت جستجو شده از دید آن موتور جستجوگر بوده است.

امروزه بازاریابی در اینترنت (Internet Marketing) روشهای بسیاری را برای کسب درآمد هر چه بیشتر در اختیار سایت ها قرار داده است اما انتخاب اول تمامی سایت ها، رتبه های بالا در موتورهای جستجوگر است.

افرادی که دستی در تجارت الکترونیک دارند، اذعان می کنند که آوردن بیننده به سایت ضروری ترین شرط موفقیت برای سایتهای تجارت الکترونیک است. فرقی نمی کند که سایت چه کالا و خدماتی را ارایه می کند، هر سایت اگر خواهان کسب درآمد و محبوبیت است، باید بیننده داشته باشد.

شیرجه به اقیانوسی به نام اینترنت

هات بات، تیما، ویویمو، یوچیکو، ... اشتباه نکنید!

قرار نیست با این کلمات جمله ای ساخته شود. اینها تنها نام برخی از موتورهای جستجوگر است. می توان صدها مورد دیگر را به این لیست اضافه نمود. در حقیقت موتورهای جستجوگر بسیاری وجود دارد اما تقریباً همه کاربران وب، دنیای جستجو و موتورهای

تعداد بینندگان هر سایت، برگ برنده آن در دنیای وب است. سایتی که بیننده ندارد بدون شک مرگی آن لاین را تجربه می کند. مرگی که متأسفانه نمی توان کسی را هم به مراسم ختمش دعوت نمود!

آمارهای رسمی به خوبی نشان می دهند که موتورهای جستجوگر ابزار مناسبی هستند که کاربران به کمک آنها کالا، خدمات و اطلاعات مورد نیاز خود را می یابند.

سایت خود هستند. هر چه بیننده یک سایت بیشتر باشد شانس آن برای فروش و سود بیشتر، افزایش می یابد.

بازاربابی الکترونیک امروزه روشهای بسیاری را در اختیار مدیران سایتها قرار داده است اما مهمترین روش همواره استفاده تجاری از موتورهای جستجوگر بوده است. وقتی کاربری چیزی را جستجو می کند در بیشتر مواقع بدان معناست که به آن نیاز دارد بنابراین حاضر به پرداخت هزینه برای در اختیار داشتن آن می باشد.

بازاربابی با موتورهای جستجوگر بدین معناست که کاری کنیم تا موتور جستجوگر سایت ما را در رتبه های بالاتر قرار دهد تا شانس مراجعه به سایت ما افزایش یابد. موتور جستجوگر ممکن است میلیونها سایت را در پاسخ به سوال کاربر نمایش دهد اما آیا کاربران تمام این سایتها را بازدید می کنند؟ خیر در اغلب موارد آنها نیاز اطلاعاتی خود را با مراجعه به سایتها رتبه یک تا ۳۰ برآورده می کنند. بنابراین نیازی به مراجعه به سایتها دیگر نخواهند داشت.

معنای واضح این رفتار کاربران این است که سایتهایی که رتبه های بالاتر از ۳۰ دارند شانس کمتری برای جذب بیننده بیشتر دارند و چه از این بدتر برای یک مدیر سایت! تجارت الکترونیک امروزه خود را با رتبه های موتورهای جستجوگر هماهنگ کرده است زیرا مدیران سایتها دریافته اند که کاربران عجول و کم حوصله اند و در اغلب موارد سایتها رتبه یک تا ۳۰ را بازدید می کنند و از بقیه سایتها صرفنظر می کنند.

موتورهای جستجوگر هر روز مهم تر و مهم تر می شوند. در اهمیت آنها همین بس که گوگل چند سال متوالی به عنوان نام تجاری سال انتخاب شد و بالاتر از نامهایی نظیر کوکاکولا قرار گرفت. امروزه جنگ موتورهای جستجوگر برای کسب سهم بیشتری از میزان جستجوهای کاربران وارد حوزه های دیگری شده است. در حال حاضر رقابت اصلی میان گوگل، یاهو و MSN است.

دنیاى جستجو و موتورهای جستجوگر، دنیاى جذابى است. هر روز اخبار بسیارى از فعالیت موتورهای جستجوگر منتشر می شود، سایتهاى بسیارى درباره موضوعات مختلف دنیاى جستجو، محتوا منتشر می کنند و هر ساله کنفرانسهای متعددى درباره آن برگزار می شود.

موتورهای جستجوگر هر روز هوشمندتر می شوند و ماهیت تجاری بیشتری می یابند. سوآلی که شاید خیلی ها می پرسند این است که آیا گوگل نیز رتبه های عادى خود را خواهد فروخت؟ به عبارت دیگر آیا می توان با پرداخت هزینه، جایی در صدر نتایج عادى

آشنایی کاربران با تکنیکهای جستجو به آنها کمک میکند، بهتر و سریعتر به آنچه که می خواهند دست یابند. مقوله دیگری که در جستجوی اطلاعات باید مد نظر قرار داده شود، ارزیابی اطلاعات است. به عبارت دیگر آیا هر چه که در اینترنت وجود دارد، اطلاعات موثق و معتبری می باشد؟ پاسخ منفی است. توجه به این موضوع بسیار مهم است. ما همواره به دنبال اطلاعاتی هستیم که نیاز ما را برآورده کند. شاید پاسخهای داده شده در یک جستجو، بسیار دقیق و معتبر باشند اما ممکن است فراتر از نیاز کاربر باشد. آیا مقاله ای که برای دانشجویان سال آخر مهندسی برق تنظیم شده است برای یک دانش آموز دوره راهنمایی که به دنبال اطلاعاتی درباره نیروگاه برق می گردد، مفید خواهد بود؟ خیر. لذا کاربران باید هم با مقوله جستجو در اینترنت و کار با موتورهای جستجوگر آشنا باشند و هم با مقوله ارزیابی اطلاعات. اطلاعات موجود در اینترنت را میتوان از دیدگاه تجاری به سه دسته تقسیم بندی کرد:

- الف - اطلاعات رایگان و پیدا
- ب - اطلاعات رایگان و ناپیدا
- ج - اطلاعات تجاری

موتور جستجوگر هر چقدر هم از پایگاه داده بزرگی برخوردار باشد نمی تواند تمام اطلاعات وب را در خود داشته باشد. ماهیت تجاری بودن بسیاری از سایتها و همینطور محدودیتهای تکنولوژیکی موتور جستجوگر را از دسترسی به تمام اطلاعات وب دور می کند. گفته می شود اگر اطلاعات تمام موتورهای جستجوگر بر روی هم ریخته شود حداکثر ۵۰ درصد وب را شامل می شود.

در حقیقت بخش اعظم وب از دسترسی موتورهای جستجوگر دور است که به آن وب پنهان گفته می شود. بنابراین برای یک جستجوی کامل نیاز به مراجعه به سایر ابزار جستجو نیز داریم. ابزاری نظیر کتابخانه های مجازی و وبهای پنهان. بسیاری از اطلاعاتی که کاربران به دنبال آن هستند، ماهیت تجاری دارند بنابراین موتورهای جستجوگر هم از دید کاربران و جستجوی اطلاعات و هم از دید دارندگان سایتها مهم است. ممکن است اطلاعات جستجو شده، آخرین آهنگهای یک خواننده معروف و قیمت و فروشنده پیراهن تیم فوتبال مورد علاقه کاربر باشد.

سایتها برای بقا در وب به بیننده نیاز دارند، سایتی که بیننده ندارد، وجود نداشته باشد بهتر است. سایتی که بیننده بیشتری دارد از سایت کم بیننده تر، ارزش تجاری بیشتری دارد. آیا ارزش یک فروشگاه پر از خریدار با ارزش فروشگاهی که در انتهای یک کوچه بن بست در محله ای کم جمعیت قرار دارد یکسان است؟

دارندگان سایتها همواره در صدد جذب بیننده بیشتر به



گوگل داشت؟

برخی موضوعات مورد توجه از دیدگاه تکنولوژی های جستجو و موتورهای جستجوگر نیز عبارتند از:

- کسب درآمد بیشتر
- طراحی بهترین الگوریتم برای رتبه بندی صفحات
- راهکاری تشخیصی تقلب در رتبه ها از سوی دارندگان سایتها
- نزدیک تر کردن جستجو به زبان محاوره کاربر
- فشرده سازی اطلاعات و بزرگتر کردن هر چه بیشتر پایگاه داده
- طراحی روشهای سریعتر بازیابی اطلاعات
- جستجوی بهتر در فایلهای صوتی و تصویری
- ...

با تمام پیشرفتهای انجام شده، موتورهای جستجوگر هنوز جای کار دارند و محدودیتهای بسیاری دارند. تغییرات مداوم در ذائقه کاربران نیز در مسیر حرکت موتورهای جستجوگر موثر است. بنابراین انتظار آرایه خدمات بهتر و رقابت شدیدتر موتورهای جستجو می رود که در این میان رقبات اصلی میان گوگل، یاهو و MSN است.

وب اطلاعات بسیاری دارد اما موفقیت خود را مدیون موتورهای جستجوگر است. به راستی اگر راهی نبود که بدانیم اطلاعات مورد نیاز ما کجای وب قرار دارد، آیا وب به اندازه امروز، محبوب می شد؟

از دنیای جستجو بسیار می توان گفت و شنید. دنیای جستجو حتی رقص دارد. شغلای بسیاری تنها بر اساس جستجو و موتورهای جستجوگر ایجاد شده است. شاید بالا و پایین شده رتبه ها برای ما که فقط اطلاعات می خواهیم چندان مهم نباشد اما بد نیست بدانید همین بالا و پایین شدن رتبه ها دغدغه اصلی افراد بسیاری در سراسر دنیاست.

از دیدگاه کاربرانی که از موتورهای جستجوگر برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز استفاده می کنند، مهمترین مقوله های مورد توجه عبارتند از:

- استفاده از کدام ابزار جستجو

- تکنیکهای موثر جستجو برای صرفه جویی در وقت و هزینه

- تحلیل نتایج جستجو

- ارزیابی اطلاعات بدست آمده

- ...

از دیدگاه دارندگان سایتها و تجارت الکترونیک که موتور جستجوگر را ابزار نخست بازاریابی خود می دانند، مقوله های زیر مد نظر است:

- میزان وابستگی به رتبه ها تا چه میزان

- رتبه های بالا در کدام موتور جستجوگر

- رتبه های بالا در موتورهای جستجوگر پولی یا موتورهای جستجوگر رایگان

- چگونگی کسب رتبه های بالا

- رتبه های بالا با چه عباراتی

- تحلیل ترافیک سایت

- ...

پرسشهای خود را در هر زمینه مرتبط با IT و رایانه از طریق پست الکترونیک یا نامه به دفتر آمار و فناوری اطلاعات مرکز با ما در میان بگذارید تا پاسخ آنها را در همین خبرنامه دریافت کنید.

همچنین در صورتی که علاقمند به همکاری با این خبرنامه می باشید، می توانید مقالات و مطالب خود را اعم از تألیف یا ترجمه در قالب یک فایل Word به صورت پست الکترونیک یا بر روی CD به دفتر آمار و فناوری اطلاعات ارسال نمایید تا پس از بررسی با نام خود شما در این خبرنامه درج شود.

تهیه شده در اداره کل برنامه ریزی و فناوری اطلاعات
با همکاری شرکت گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات خاورمیانه

