



رویداد ملی فناوریانه با مشارکت اتاق تبریز برگزار شد

دومین رویداد ملی فناوریانه با محوریت «ارتباطات هوشمند در اقتصاد دانش‌بنیان»، با مشارکت اتاق بازرگانی تبریز، انجمن روابط عمومی ایران (شعبه آذربایجان شرقی) و دانشگاه صنعتی تبریز، در سالن همایش‌های دانشگاه صنعتی تبریز برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، این گردهمایی علمی-تخصصی با هدف بررسی نقش راهبردی ارتباطات نوین و هوشمندسازی در تقویت پیوندهای میان دانشگاه، صنعت و اقتصاد دانش بنیان طراحی و اجرا شد.

اسماعیل فاتحی فر، رئیس دانشگاه صنعتی تبریز، با تأکید بر لزوم هم افزایی نهادهای علمی و صنعتی، اعلام کرد: دانشگاه صنعتی تبریز به عنوان نخستین دانشگاه کشور موفق به اخذ مجوز تأسیس ناحیه نوآوری بین المللی در زمینی به وسعت ۷۵ هکتار شده است. این ناحیه بستر مناسبی برای استقرار شرکت های دانش بنیان داخلی و بین المللی فراهم می کند.

وی همچنین از اجرای طرح «تحول مالی دانشگاه» خبر داد و افزود: این طرح بنا دارد در بازه ای سه ساله، سهم منابع درآمدی اختصاصی دانشگاه را به ۳۵ تا ۵۰ درصد برساند.

نقش حیاتی روابط عمومی در عصر تحول دیجیتال

فاتحی فر در ادامه سخنان خود، با اشاره به جایگاه نوین روابط عمومی ها در نظام های نوآور، بیان کرد: روابط عمومی مدرن باید فراتر از کارکردهای سنتی، جریان ساز، تحلیل گر و تقویت کننده سرمایه اجتماعی باشد.

صابر پرنیان، مدیرکل صمت استان آذربایجان شرقی، با نقد سیاست های کلان انرژی کشور، از پیامدهای زیان بار تصمیمات وزارت نیرو سخن گفت که منجر به تعطیلی برخی واحدهای صنعتی بزرگ شده است.

وی این رویکرد را در تضاد با مسیر توسعه اقتصاد دانش بنیان دانست و افزود: امروز، تحلیل داده و تولید محتوای دیجیتال منبع اصلی قدرت محسوب می شوند. گذار از روابط عمومی سنتی به فناوری های نوین و ایجاد شهرک های فناوری، ضرورتی انکارناپذیر است.

کرمانی زاده؛ نماینده انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی، با ارائه گزارشی از فعالیت های این نهاد در سال گذشته، از برگزاری بیش از ۳۰ رویداد آموزشی در حوزه هایی همچون هوش مصنوعی، اخلاق حرفه ای و حکمرانی محلی خبر داد.

وی تربیت متخصصان نسل نو در حوزه ارتباطات و توسعه آموزش دیجیتال را هدف گذاری اصلی انجمن برشمرد.

اقتصاد نوآور نیازمند ارتباطات هوشمند

امیر کیومرثی، دبیر مناطق نوآوری بین المللی وزارت علوم، در تحلیل روندهای آینده، از آغاز «دوران ارتباطات هوشمند» در اقتصاد ایران خبر داد. وی ضمن تأکید بر لزوم عبور از اقتصادهای مبتنی بر رانت، اظهار داشت: پایداری کسب وکارهای آینده در گروی ایجاد شبکه های ارتباطی هوشمند، چابک و انسانی است. سازمان هایی که فاقد چنین زیرساخت هایی باشند، در آینده ای نه چندان دور دچار فروپاشی خواهند شد.

ارتباطات؛ زیرساخت اصلی شرکت های نوآور

در بخش علمی رویداد، حمید ضیایی پرور، پژوهشگر و استاد ارتباطات، در ارائه ای با عنوان «ارتباطات در شرکت های نوآور»، بر نقش بنیادین ارتباطات در موفقیت استارت آپ ها و شرکت های دانش بنیان تأکید کرد.

وی ارتباطات را نه صرفاً انتقال پیام، بلکه «مدیریت هوشمند معنا» دانست و افزود: برندهایی که ارتباطی شفاف، هدفمند و انسان محور با مخاطبان خود برقرار می کنند، در رقابت امروز موفق ترند.

وی همچنین با ارائه نمونه هایی از کاربرد هوش مصنوعی در روابط عمومی نظیر چت بات ها، ابزارهای تولید تصویر و ویدئو و پرامپت نویسی، بر لزوم تحول دیجیتال در ساختارهای ارتباطی تأکید کرد. به باور او، روایت گری (Storytelling)، تجربه کاربری (UX) و پایش شبکه های اجتماعی (Social Listening) سه ستون اصلی ارتباطات بیرونی برندهای نوآور محسوب می شوند.

در پایان برنامه، طی آیینی، از چهره های برتر حوزه روابط عمومی، ارتباطات و دانشگاه قدردانی شد. همچنین دراین رویداد، از دستیار هوشمند «ارتباط گر» و ابزاری مبتنی بر هوش مصنوعی برای پشتیبانی از فعالیت های روابط عمومی – رونمایی شد.