

اخبار

در گردهمایی مدیران روابط عمومی شرکت های معدن و صنایع معدنی اعلام شد

علی آبادیان: دستاوردهای معدن و صنایع معدنی نیاز به جریان سازی رسانه ای دارد



مدیر روابط عمومی ایمیدرو گفت: دستاوردهای حوزه معدن و صنایع معدنی نیاز به جریان سازی رسانه ای دارد.

به گزارش روابط عمومی ایمیدرو، حمید علی آبادیان امروز در دومین گردهمایی مدیران روابط عمومی شرکت های معدن وصنایع معدنی که به میزبانی شرکت چادرملو در یزد برگزار شد، افزود: جریان سازی رسانه ای یکی از راهبردهای اصلی روابط عمومی ها است.

وی افزود: در این راستا انعکاس برنامه ها و دستاوردها از الزامات روابط عمومی ها محسوب می شود.

مدیر روابط عمومی ایمیدرو عنوان کرد: تعامل رسانه ای بین روابط عمومی ها از اهمیت بالایی برخوردار است و دستاوردهای بزرگ این حوزه را باید بیش از پیش معرفی کرد.

گردشگری معدن وی ضمن اشاره به ضرورت بسترسازی برای گردشگری معدن، گفت: ما تعامل بین روابط عمومی ها و در قالب کنسرسیوم؛ می توان به ایجاد رونق در بخش گردشگری معدن پرداخت.

علی آبادیان ادامه داد: با اجرای این برنامه ریزی می توان علاوه بر معرفی ظرفیت های معدنی کشور به عموم مردم، برای روابط عمومی ها درآمدزایی ایجاد کرد.علی آبادیان همچنین از برنامه راه اندازی نمایشگاه دائمی معدن برای دانش آموزان و دانشجویان خبر داد.

معدن و صنایع معدنی؛ نقطه قوت وزارت صمت اثربخش معدن و صنایع معدنی در اقتصاد ملی، اظهار داشت: این بخش نقطه قوت وزارت صمت و دارای ارزش افزوده بالا برای اقتصاد کشور است. وی افزود: امیدواریم با برگزاری اینگونه گردهمایی ها در نقاط مختلف کشور و شناسایی فرصت ها و چالش ها در روابط عمومی ها؛ برنامه های درون سازمانی همدند اجرا شود و روابط عمومی ها ارتباط اثربخشی با افکار عمومی داشته باشند.

صندوق تامین به عنوان برگزیده جشنواره روابط عمومی صنعت بیمه معرفی شد

صندوق تامین خسارت‌های بدنی در نهمین جشنواره روابط عمومی‌های برتر صنعت بیمه کشور، رتبه شایسته تقدیر در بخش خلاقیت و نوآوری را کسب کرد.

به گزارش روابط عمومی صندوق تامین خسارت های بدنی، مراسم اختتامیه نهمین جشنواره روابط عمومی‌های برتر صنعت بیمه کشور با حضور مقامات ارشد سازمانی از جمله مجید بهزادپور «رئیس کل بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران»، مهدی قمعصریان «مدیرعامل صندوق تامین خسارت‌های بدنی»، مهدی محمدی «رئیس مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزیر امور اقتصادی و دارایی»، غلامرضا کاظمی‌دینان «رئیس کل باشگاه مدیریت ارتباطات یونسکو»، مدیران عامل و روابط عمومی شرکت های بیمه و تعدادی از استادان و فرهیختگان حوزه روابط عمومی در سطح کشور در یکم خرداد ۱۴۰۲ برگزار شد.در این جشنواره، روابط عمومی صندوق تامین خسارت های بدنی در بخش خلاقیت و نوآوری، رتبه شایسته تقدیر در بین روابط عمومی شرکت ها و موسسه های بیمه را دریافت کرد.

در متن لوح تقدیر آمده است که: پایش به هنگام رویدادهای مرتبط با صنعت بیمه و ایجاد کانال های شفاف ارتباطی بین بیمه گذاران و بیمه گران در کنار نگاه ویژه به مقوله ترویج محصولات و خدمات بیمه ای، از جمله ماموریت هایی است که منابعالی در ایفای آن موفق بوده اید.آرزوی تلاش متضاف شما و همکاران ارزنشمند، مبتکر و با انگیزه‌تان در پیشبرد اهداف متعالی صنعت بیمه، کسب رتبه دوم در محور خلاقیت و نوآوری در نهمین جشنواره روابط عمومی‌های برتر را تبریک گفته و دوام توفیق خانواده بزرگ روابط عمومی را از درگاه پروردگار یگانه خواستارم.

برنامه توسعه، فقط انشاء آرزوهایی است که عملیاتی نمی‌شوند

به گزارش خبرآنلاین در یکی از این اقدامات عجیب، در ماده ۱۵ لایحه برنامه هفتم، به کارفرما اجازه داده شده تا «در سه سال اول اشتغال به کار هر فردی» حداقل دستمزد به صورت «نصفه» پرداخت شود و کسورات بیمه‌ای او نیز به همین مینا باشد. ضمن اینکه کارفرما حق «لغو قرارداد» فرد را نیز داشته باشد.کارشناسان بازار کار در واکنش به لایحه برنامه هفتم توسعه هشدار می‌دهند که این برنامه کاملاً علیه منافع ملی است، چون بخش بزرگی از جمعیت کشور که نیروی کار و کارگران است، نادیده گرفته شدند و منافع آنان در برنامه هفتم رعایت نشده است.

برنامه هفتم به اجبار و از روی رفع تکلیف نوشته شده است

حمید حاج‌اسماعیلی، کارشناس بازار کار در گفت‌وگو با خبرنگارآنلاین درباره لایحه برنامه هفتم توسعه و تاثیر آن روی بازار کار می‌گوید: لایحه برنامه هفتم توسعه چند روزی است که از طرف دولت به مجلس ارائه شده است. این لایحه در شرایطی نوشته شده است که هم مجمع تشخیص مصلحت نظام، هم دولت و هم مجلس هیچ انگیزه‌ای برای نوشتن آن نداشتند.وی می‌افزاید: خاطراتان هست که در یک فضای کاملاً محدود، با عجله و بعد از تمديد مکرر برنامه ششم، به اجبار برنامه هفتم نوشته شد و حتی چالشی در خصوص زمان ارسال آن نیز هم زمان با بودجه جاری با مجلس صورت گرفت و متأسفانه نتوانست قبل از برنامه بودجه با همزمان با آن آماده شود. این کارشناس بازار کار عنوان می‌کند: این نشان می‌دهد که یک کارکارشناسی دقیق و درست برای خاطراتان هست که در یک فضای کاملاً محدود، با عجله و بعد از تمديد مکرر برنامه ششم، به اجبار برنامه هفتم نوشته شد و حتی چالشی در خصوص زمان ارسال آن نیز هم زمان با بودجه جاری با مجلس صورت گرفت.

اعداد و ارقام برنامه هفتم آزمان گریانه است

این کارشناس بازار کار در ادامه می‌گوید: ما دانیبد که برنامه هفتم چند مبحث اساسی دارد که اینها کاملاً متفاوت با تجربه‌ای است که در طول چند برنامه گذشته و مخصوصاً برنامه ششم اتفاق افتاده است. حاج‌اسماعیلی می‌افزاید: رشد اقتصادی ۸ درصد، که یک سوم آن مبتنی بر بهره‌وری است و ایجاد یک میلیون شغل در سال با رشد ۹.۳ درصدی سالانه، و کاهش نرخ تورم به صورت متوسط به کمتر از ۲۰ درصد و در پایان برنامه ۵.۹ درصد؛ اعداد و ارقامی است که کاملاً نشان می‌دهد که ما یک آرمان‌گرایی را در برنامه هفتم دنبال می‌کنیم و فاصله زیادی با واقع‌گرایی با شرایط اقتصادی کشور، امکانات کشور و ابزار و امکانات دارد.

وی عنوان می‌کند: دومین موضوع، تعجیل و بی‌انگیزگی‌ای که در خصوص نوشتن برنامه هفتم صورت گرفته، نشان می‌دهد که کار کارشناسی لازم در خصوص برنامه هفتم صورت نگرفته است و از همه ظرفیت‌های دانشگاهی، تحقیقاتی و تجربه برنامه‌های گذشته برای آن استفاده نشده است. این کارشناس بازار کار عنوان می‌کند: بر این اساس، برنامه هفتم باید با یک دیدگاه کاملاً کارشناسی، منطقی و دور از آرمان‌گرایی برای کشور نوشته می‌شد.حاج‌اسماعیلی تصریح می‌کند: فکر می‌کنم این شرایط گذشته باعث شده است که حتی ضریب جینی در ایران چند درصد افزایش پیدا کند و این ناشی از شکست برنامه‌هایی است که برای توسعه کشور و رفاه عمومی در نظر گرفته شده بود.

نیروی کار فراموش شده است

وی همچنین می‌گوید: اما اگر مشخصاً به بخش نیروی کار در برنامه هفتم اشاره کنم، باید به ماده ۱۵ گفت‌وگو با فراز گفته است که: به نظر من این برنامه هیچ تفاوتی با برنامه‌های قبلی ندارد. برنامه‌ها

برنامه توسعه، فقط انشاء آرزوهایی است که عملیاتی نمی‌شوند

برنامه‌ای نامتوازن و در تعارض با قانون کار

برنامه هفتم توسعه که به تازگی متن کامل آن منتشر شده و قرار است یکشنبه هفته آینده به مجلس برود در احکام خود، اتفاقات عجیب و غریب زیادی را رقم زده که با واکنش جامعه اقتصادی ایران روبه‌رو شده است.



در ایران بعد از سال‌ها تبدیل به یک انشای ناتمام بدون ضمانت اجرایی شده‌اند. قرار بود بر اساس چشم انداز در سال ۱۴۰۴ و با چندین برنامه توسعه کشور اول در منطقه شویم ولی در حال حاضر کشور چهارم در منطقه اقتصادی و زیرساخت و مباحث دیگر هستیم. به لحاظ درآمدی نیز هشتم هستیم. برنامه‌ها در ایران واقعی نیستند و براساس رشد پایدار نوشته نمی‌شوند. متأسفانه هیچ بررسی انجام نمی‌شود که برنامه‌های قبلی به نتیجه رسیده یا خیر. وی افزود: متأسفانه برنامه‌های توسعه‌ای که مسئولین تهیه می‌کنند منجر به کنترل تورم نمی‌شود. اینها خلط مبحث است که دوستان بیان می‌کنند. برنامه‌های توسعه‌ای یعنی از نقطه الف به نقطه ب برسیم و از آنجا به نقطه ج برویم منابع مورد نیاز این میزان است و در این شاخص‌ها به این سطح خواهیم رسید.

برنامه توسعه، بازی مرغ و تخم مرغ است

این کارشناس بازار کار عنوان می‌کند: این یک تعارض جدی با لایحه‌ای دارد که اخیراً دولت بر روی آن برنامه کرده که برآی امنیت شغلی در قانون کار اصلاحاتی را به مجلس پیشنهاد کرده است. حاج‌اسماعیلی تصریح می‌کند: این نشان می‌دهد که همپوشانی و هم‌افزایی درستی برای برنامه هفتم و برنامه‌های جاری و جاری در دولت دنبال نشده و این برنامه‌ها کاملاً آرمانی و غیرواقعی نوشته شده و اگر این اتفاقات بیفتند، نه تنها کمکی به توسعه بازار کار نمی‌کند، بلکه در آینده شرایط بازار کار در ایران را بحرانی و عدم انگیزه در نیروی کار را بیشتر خواهد کرد و حتی شرایط در بازار کار کشور بدتر از این خواهد شد و بیکاری افزایش پیدا کند و مهاجرت‌ها منطقی و خارج از کشور بیشتر شود.وی خاطرنشان می‌کند: من انتقادم این است که این برنامه کاملاً علیه منافع ملی است چون بخش بزرگی از جمعیت کشور که نیروی کار و کارگران است نادیده گرفته شدند و منافع آنان در برنامه هفتم رعایت نشده است.

در همین حال اما پیمان مولوی عضو انجمن اقتصاددانان ایران درباره برنامه هفتم توسعه در گفت‌وگو با فراز گفته است که: به نظر من این برنامه هیچ موفقیتی نداشتید. رشد اقتصادی ما در ۱۲ سال گذشته یک دهم درصد و در ده سال گذشته یک

فرصت ۸ روزه برای متقاضیان

گام دوم مشارکت در مرحله دوم فروش یکپارچه خودروها از صبح روز چهارشنبه برای متقاضیان واجد شرایط که در موعد مقرر حساب وکالتی تعریف و وجه لازم را مسدود کرده‌اند و به تایید بانک سامانه رسیده باشد، آغاز شد؛ متقاضیان از امروز به مدت هشت روز تا چهارشنبه هفته آینده) برای ثبت پنج اولویت خودروبی مورد نظر خود فرصت دارند. پس از اجرای مرحله اول فروش یکپارچه خودروها و تایید نهایی خودروهای مورد تقاضای مشتریان (پس از ویرایش نوع خودروها)، برنامه‌ریزی برای اجرای مرحله دوم آغاز شد.

اولین گام از فرآیند ثبت‌نام برای شرکت در دومین مرحله فروش یکپارچه خودروها که افتتاح حساب وکالتی و واریز وجه است، از ۲۰ اردیبهشت ماه آغاز شد و متقاضیان به مدت ۱۰ روز (تا ۲۹ اردیبهشت ماه) فرصت داشتند برای تعریف حساب وکالتی به نام سازمان حمایت اقدام کنند؛ پس از اتمام این

بازاروسرمایه

اخبار

مشارکت همراه اول در دومین رویداد ملی مלאصدرا



دومین رویداد ملی نوآوری باز مלאصدرا در صنعت ایران با حمایت و مشارکت همراه اول به مناسب روز مלאصدرا برگزار شد.

به گزارش اداره کل ارتباطات شرکت ارتباطات سیار ایران، دومین رویداد ملی نوآوری باز مלאصدرا از یکم خرداد در دانشگاه شیراز با همکاری و حمایت مرکز تحقیق و توسعه همراه اول و با رویکرد معرفی و ارائه نیازمندی ها و مسائل فناورانه همراه اول آغاز به کار کرد و امروز سه شنبه دوم خرداد ۱۴۰۲ به کار خود پایان داد.

هدف این رویداد نوآوری باز «حل مسائل، چالش ها و همچنین کمک به تجاری سازی در صنایع ایران» بود که در پنج بخش «حل مسئله، چالش و تجاری سازی»، «گام معکوس»، «نشست نوآوری»، «تامین نیروی متخصص» و «نمایشگاه نوآوری صنعتی» برگزار شد.

مرکز تحقیق و توسعه همراه اول در روز دوم این رویداد، نشست هایی با محوریت معرفی فعالیت های این مرکز در حوزه نوآوری باز و همچنین نیازهای فناورانه و هوشمندسازی برگزار کرد.

در این نشست ها ضمن معرفی پروژه های مرکز تحقیق و توسعه همراه اول در حوزه های فناوری های هوش مصنوعی، تحلیل کلان داده ها، اینترنت اشیا و بلاکچین در صنعت مخابرات، نیازهای فناورانه مورد نیاز بخش هوشمندسازی در حوزه پردازش صوت، چت بات، اینترنت اشیا و سرویس های نرم افزاری و توسعه نوآوری رادیویی کشور برای همگاری، دعوت شد.

در بخش پایانی گام معکوس فعالیت های گروه تحقیقاتی رادیویی مرکز تحقیق و توسعه همراه اول نیز معرفی شد.

همچنین لیست نیازمندی های تولیدی و تحقیقاتی نظیر نصب و راه اندازی سامانه بومی aau,ruu ,bbu، لینک های رادیویی و نوری، آنتن پنج باند و سامانه پایش یکپارچه تکرار کننده در شبکه همراه اول برای توسعه شبکه رادیویی نیز در این رویداد ارائه شد.

مرکز تحقیق و توسعه نخستین و بزرگترین اپراتور تلفن همراه کشور در رویداد مذکور این فرصت را یافت تا با شرکت های توانمند در حوزه هوش مصنوعی و تامین نیازهای رادیویی مذاکره کند و برای همکاری های آتی تبادل اطلاعات داشته باشد.

در سال های اخیر مرکز تحقیق و توسعه همراه اول به عنوان مرکزی پیشرو در حوزه فناوری های نوین صنعت مخابرات، توانسته است گام های موثری در راستای افزایش بهره وری و کیفیت خدمات بردارد.

نرخ جدید بلیت هواپیما اعلام شد



نرخ جدید بلیت هواپیما، یک هفته پس از اعلام افزایش ۲۹ درصدی، در سایت سازمان هواپیمایی کشوری بارگذاری شد. محمد محمدی‌بخش - رئیس سازمان محمد هواپیمایی کشوری - از سال گذشته درباره تغییر تعرفه بلیت هواپیما گفته بود اینکه با توجه به افزایش نرخ ارز و درخواست شرکت‌های هواپیمایی، این درخواست در حال بررسی است و به محض نهایی شدن اعلام می‌شود. با وجود این و برخلاف پیش‌نهاد در خواست‌های متعدد انجمن شرکت‌های هواپیمایی و ایرلاین‌ها و حتی موافقت سازمان هواپیمایی، تا هفته گذشته با افزایش قیمت بلیت موافقت نشده بود.

مهلت، کار پایش و ارسال اطلاعات متقاضیان از بانک به سامانه آغاز شد.

بر این اساس، با ارسال اطلاعات متقاضیان واجد شرایط به سامانه، سایت سامانه از روز چهارشنبه سوم خرداد ماه فعال شده تا مشتریان بتوانند برای انتخاب پنج اولویت خودروبی مورد نظر خود اقدام کنند، در این صورت آنها در لیست نوبت‌دهی یا حق تقدم خرید خودروهای داخلی بر مبنای لیست انتظار قرار خواهند گرفت.همچنین سایت سامانه برای این منظور تا ۱۰ خرداد ماه فعال خواهد بود.این طرح در سه قالب طرح ویژه متقاضیان عادی، طرح قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت و همچنین طرح جایگزینی خودروهای فرسوده اجرایی می‌شود. در این مرحله از فروش خودروها ۲۳ محصول از چهار شرکت سایپا، مدیران‌خودرو، کرمان‌موتور و فرادموتورز با قیمت کارخانه‌ای (مصوب شورای رقابت) عرضه شده است.

معرفی بیمه تعاون به عنوان روابط عمومی برتر صنعت بیمه کشور

بین المللی فعالیت تکنیم و از ظرفیت موجود غافل شویم، در آینده به سختی می توانیم برای خود فضایی را خلق کنیم». بهزادپور «نظارت هوشمند» را به عنوان مورد چهارم معرفی کرد و از رسانه ها خواست تا به این مورد نیز به عنوان چالش اصلی توجه کنند و تشریح کرد: «در فصل ۸ قانون اساسی به نظارت هگانگی و عمومی می پردازد که نظارت عمومی به این معناست که مردم برای چیزی که برایشان اهمیت دارد بیایند مشارکت کنند و ما باید امروز بدانیم که چه کنیم تا در این زمینه مردم را نیز به فعالیت واداریم.»

وی پنجمین مورد را «حضور به موقع و پاسخگویی» عنوان کرد و اظهار داشت: «ما باید به موقع سؤالاتی که مطرح می شوند را پاسخ دهیم؛ در این خصوص حتی در زمینه تبیین نیز باید فعال بوده و به طور مثال در موضوع برنامه هفتم توسعه باید حضور و بیجه پررنگ تر باشد و رسانه ها نیز به این موضوع بپردازند؛ در مثال دیگری که ضرورت دارد ما تبیین کنیم این است که در دولت سیزدهم نزدیک به ۲۷ میلیون خانه بیمه شدند.»

رئیس کل بیمه مرکزی مورد ششم را «تخصصی کردن نگاه به بخش های مختلف صنعت» عنوان کرد و این مهم را تکلیف رسانه ها دانست.

بهزادپور «رعایت اخلاق حرفه ای» را نیز به عنوان مورد هفتم و دیگر تکلیفی که از سوی رسانه ها ضرورت دارد انجام شود عنوان کرد.

او در هشتمین و آخرین مورد «تعامل سازنده» را مطرح کرد و اظهار داشت که این مهم باید بین روابط عمومی و رسانه ها صورت پذیرفته و ما نیز باید به آن ساختار دهیم.

