



از آن‌ها علاوه بر این که برای ارتباط آنی با یکدیگر استفاده می‌کنند و ذیل این ارتباطات تلاش کرده‌اند تا برخی نیازهای مالی و بانکی خود را از طرق مختلف برآورده سازند. این در حالی است که به نظر می‌رسد برخی بانک‌ها در به کارگیری از پتانسیل‌های شبکه‌های اجتماعی در بانک‌ها روند کندی را طی می‌کنند.

غالباً به معنای ایفای نقش مسئولیت‌های بانک در قبال جامعه و محیط کلان استفاده می‌شود که هدف از آن حرکت به سوی بانکداری پایدار و جامعه‌ای پایدار است. آیا پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی، بانک‌های آینده خواهند بود؟ پاسخ در آینده مشخص خواهد شد اما هم‌اکنون این پلتفرم‌ها به فضاهایی تبدیل شده‌اند که جوامع مختلف آدمی

مدیرعامل بانک ملت با اعلام راهبردهای این بانک در توسعه بانکداری اجتماعی گفت: این بانک به عنوان بانکی پیش‌رو و متفاوت، برنامه‌های توسعه بانکداری رسانه‌های اجتماعی را در دستور کار قرار داده است. به گزارش اخبار بانک وقتی صحبت از بانکداری اجتماعی (Social Banking) می‌کنیم، دو مفهوم متفاوت از آن قابل برداشت است. از عبارت بانکداری اجتماعی

راهبردهای بانک ملت در بانکداری اجتماعی

دکتر ابراهیمی در همایش امنیت اطلاعات در بانک انصار تاکید کرد:

افزایش شتاب چرخش شبکه بانکی به سوی بانکداری مجازی و اجتماعی

بانک انصار در این همایش ابتداء کتر ابراهیمی مدیرعامل بانک انصار به ارایه گزارش از فعالیت‌های بانک در حوزه فساو و پرداخت و گفت: استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز اجتناب‌ناپذیر و در دهه‌های گذشته تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی به جزئی از زندگی روزمره و تجاری مردم تبدیل شده‌اند.

مدیرعامل بانک انصار پس از آن، به نفوذ روزافزون این شبکه‌ها در عرصه‌های گوناگون و به ویژه شبکه بانکی اشاره کرده و گفت: چرخش شبکه بانکی به سوی بانکداری مجازی و بانکداری اجتماعی هرروز پرشتاب تر می‌شود و موضوعاتی مانند بانکداری اجتماعی، پول مجازی و بانکداری مجازی به کلیدواژه‌های این عرصه تبدیل شده‌اند.



دومین همایش علمی و آموزشی امنیت اطلاعات بانک انصار با حضور دکتر غلامرضا جلالی رییس پدافند غیرعامل کشور، دکتر سیدابوالحسن فیروزآبادی دبیر شورای عالی مجازی و رییس مرکز ملی فضای مجازی، حجت الاسلام والمسلمین دکتر حمیدشهریاری معاون آمار و فناوری قوه قضاییه و دکتر آیت‌الله ابراهیمی مدیرعامل و جمع کثیری از مدیران و کارکنان معاونت فناوری اطلاعات و ارتباطات این بانک در ساختمان مرکزی آن برگزار و در آن، بر استفاده هوشمندانه، دقیق و مبتنی بر تأمین صددرصدی امنیت اطلاعات در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در چارچوب منافع ملی و سازمانی تأکید شد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و تبلیغات

بانک تجارت در پنج استان کشور خانه بهداشت می‌سازد آیین کلنگ‌زنی خانه بهداشت روستای حیدرآباد علیا بخش لوداب با مشارکت بانک تجارت در استان کهگیلویه و بویراحمد برگزار شد. به گزارش روزنامه تجارت به نقل از روابط عمومی بانک تجارت، این بانک در راستای ایفای مسوولیت‌های اجتماعی خود، با تخصیص یک و نیم میلیارد ریال اعتبار، در ساخت خانه بهداشت روستای حیدرآباد علیا در استان کهگیلویه و بویراحمد مشارکت کرده است. چانتظار می‌رود این خانه بهداشت در مدت زمان شش ماهه آماده و به مرحله بهره برداری رسیده و اهالی این روستا و روستاهای مجاور را از خدمات خود بهره مند سازد.

اعطای جایزه مدیریت فرایند و رهبری به بانک شهر مدیرعامل بانک شهر جایزه ملی مدیریت فرایند و رهبری سازمان را دریافت کرد. به گزارش روزنامه تجارت به نقل از مرکز ارتباطات و روابط عمومی بانک شهر، در نخستین کنفرانس مدیریت فرایند و رهبری سازمان که با حضور ۸۰۰ نفر از مدیران ارشد در عرصه مدیریت و رهبری بنگاه‌های کسب و کار برگزار شد، جایزه ملی مدیریت فرایند و رهبری سازمان به دکتر حسین محمدپورزندی، مدیرعامل این بانک اعطا شد. در این نشست که آخرین دستاوردهای تحقیقاتی و علمی اساتید، محققان، رهبران، مدیران سازمان‌ها و ارکان‌ها و شرکت‌های کشور در زمینه مدیریت فرایندهای کسب و کار ارائه شد، جایزه ملی مدیریت فرایند و رهبری سازمان به دلیل مدیریت موثر و کارآمد که منجر به ارتقا و بهبود سطح عملکرد سازمان شده است، به دکتر پورزندی اختصاص یافت.



مدیرعامل بانک شهر خبر داد

چک‌های بانکی در شهر نت‌ها نقد می‌شوند

سطح شهر بکشانیم درست نیست. پورزندی ادامه داد: بنابراین با وجود مشکلات موجود، شهرها باید به سمت هوشمندسازی پیش بروند و این مسئله امروز از ضروریات است و هزینه‌هایی که برای این منظور صورت بگیرد از پروژه‌های عمرانی اثرگذاری بالاتری خواهد داشت.

امور بانکی به شعیات مراجعه کنند. مدیرعامل بانک شهر اظهار داشت: ما باید در بانک‌ها بتوانیم به نسل امروز و آینده کشور در ارائه خدمات بانکی پاسخگو باشیم. مردم امروزه معمولاً برای کار، تحصیل، تفریح و خرید از منازل خارج می‌شوند؛ بنابراین ما اگر در شرایط فعلی به ویژه در شهرهای بزرگ مردم را به بهانه‌های مختلف به

مدیرعامل بانک شهر از نقد شدن چک‌های بانکی در شهر نت‌ها خبر داد و گفت: احتمالاً این برنامه از اوایل دی عملیاتی می‌شود که ابتدا چک‌های بانک شهر و بعد چک سایر بانک‌ها پذیرفته می‌شود.

به گزارش اخبار بانک حسین محمدپورزندی درباره اقدامات جدید بانک شهر به منظور ارائه خدمات نوین بانکداری الکترونیک از جمله VTM به اینا گفت: امروز دیگر نسل تازه و آینده به سیستم بانکداری سنتی وفادار نخواهد ماند و کسی به دنبال آن نیست که برای انجام

تقویت ارتباط صنعت و دانشگاه نیازمند ضلع سوم است



اهداف راه‌اندازی دانشگاه جامع علمی کاربردی

سایپکو آموزش‌ها در سایپکو با محور کیفیت، ساخت، خودکفایی و طراحی مهندسی انجام خواهد شد. از ابتدای سال جاری آموزش‌هایی در مباحثی چون مدیریت مسائل غیر فنی و غیر تخصصی انجام می‌شود. ضمن آنکه آموزش‌هایی برای سازندگان دوره‌های مهارت، مونتاژ، رنگ و موتور نیز ارائه می‌شود. حمایت از مراکز آموزشی و موسسات از مسئولیت اجتماعی ایران خودرو است. سایپکو با ارایه قطعات داغی خودرو، موتور و سایر قطعات، حمایت خود را از این مراکز آموزشی انجام می‌دهد. ضمن آن که این شرکت همواره میزبان کارآموزان زیادی از دانشگاه‌های متفاوت است و همواره نظارت دقیقی بر کارآموزان فعال در این شرکت انجام می‌دهد.

تعریف پروژه‌های دانشگاهی و حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی ارشد و دکتر از دیگر اقدامات این شرکت است. در این شرایط کارکنان سایپکو به عنوان سرپرست پروژه تعریف می‌شوند و در دوران پروژه نیز در کنار دانشجویان بوده و در تولید مواد و تست آنها را حمایت می‌کند. مسئولیت‌های اجتماعی و پرورش متخصصانی از جامعه در راستای جذب به صنعت خودرو و زنجیره تامین از اهداف ایجاد دانشگاه علمی و کاربردی سایپکو است. بر این اساس سایپکو از کسانی که تحصیل خود را در این رشته ادامه می‌دهند، حمایت خواهد کرد.

تعریف پروژه‌های بزرگتر با دانشگاه‌ها از دیگر اقدامات سایپکو در راستای توسعه ارتباط صنعت و دانشگاه است که از آن جمله می‌توان به انعقاد تفاهم‌نامه همکاری و تعریف پروژه‌هایی با دانشگاه تهران، امیرکبیر و صنعتی شریف اشاره کرد.

کمیته‌های تخصصی در سایپکو و زنجیره تامین

نیمی از هزینه هر پروژه اینترنتی شبیهی که با دانشگاه‌ها انجام شده، توسط سایپکو پرداخت می‌شود. این شرکت در نظر دارد کمیته‌های تخصصی در سایپکو و زنجیره تامین راه‌اندازی کند تا قطعه‌سازانی که توانمندی خاصی دارند در کنار یکدیگر قرار گیرند که سایپکو نیز در این میان در جهت ارتقای دانش و علم این دسته از قطعه‌سازان، نقش تیم‌های حل مسئله را ایفا می‌کند.

قطعه‌سازی حدود هزار قطعه ساز کوچک و بزرگ وجود دارد که می‌توانند به صورت فردی و یا کنسرسیوم‌های مشترک بر روی کیفیت قطعات و دوام مجموعه‌ها سرمایه‌گذاری‌های مشترکی به صورت پروژه‌های دانشگاهی داشته باشند. ارتباط صنعت خودرو و دانشگاه تنها متمرکز به خودرو ساز نیست، بیشترین حوزه‌های تمرکز فعالیت‌های انجام شده، دانشگاه‌هایی بوده‌اند که با خودروسازان طرف حساب بوده و تمایل بیشتری برای همکاری با خودروسازان داشته‌اند. بنابراین اگر دانشگاه‌ها، دانشجویان را بیشتر به بازاربایی پژوهشی و اجرای پروژه‌های مشترک با قطعه‌سازان سوق دهند، صرفه اقتصادی بالاتری برای صنعت و دستاوردهای بهتری برای دانشگاه به همراه خواهد داشت.

فعالیت کانون نمایندگان آموزشی زنجیره تامین در سایپکو

در حال حاضر شرکت سایپکو به عنوان متولی زنجیره تامین گروه صنعتی ایران خودرو با ۶۰۰ سازنده فعال همکاری می‌کند. این سازندگان با معیارهای مختلفی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و توانمندی‌های فراوانی دارند. ارتقای کیفیت از رویکردهای کلان سایپکو در دو سال گذشته بوده و گسترش ارتباط قطعه‌سازان با دانشگاه‌ها را گریزناپذیر کرده است. واحد آموزش سازندگان سایپکو نیز در حال برنامه‌ریزی آموزشی برای ارتقای کیفی قطعات است.

دعوت از شرکت‌های خارجی طراح، تامین‌کنندگان مواد و قطعات خودرو با هدف برگزاری سمینارها و دوره‌های آموزشی تخصصی برای قطعه‌سازان داخلی از اقدامات انجام شده در شرکت سایپکو است. برگزاری نشست‌های مشترک بین قطعه‌سازان داخلی و قطعه‌سازان معتبر خارجی، حمایت از ایجاد قراردادهای جوینت و تخریب قطعه‌سازان داخلی و خارجی و حمایت از ادامه تحصیل و اعطای بورسیه به کارکنان مشتاق به ادامه تحصیل در دانشگاه‌های معتبر با هدف حفظ ارتباط با دانشگاه‌ها و به روزآمدی دانش همکاران از دیگر اقدامات سایپکو با هدف توسعه ارتباط صنعت خودرو با دانشگاه بوده است.

برقراری ارتباط صنعت و دانشگاه یک رابطه سه سویه است و لازم است دولت به عنوان مجری برقراری این ارتباط، وارد این موضوع شود. بنابراین نمی‌توان انتظار داشت که دانشگاه یا خودرو ساز به صورت یک‌جانبه اقدام به سرمایه‌گذاری کند. این ارتباط یک ارتباط سه‌جانبه است و بی‌شک ارتباط دو جانبه در کوتاه مدت دستاورد خوبی به همراه نخواهد داشت. شاید الگوی ارتباط صنعت و دانشگاه شرکت‌های خودرو ساز اروپایی باشند که تحقیقات و پروژه‌های خود را با همکاری دانشگاه‌ها انجام می‌دهند، الگوپذیری از این کشورها امکان‌پذیر است اما در بلند مدت محقق می‌شود بنابراین برای اجرای این روند در کوتاه مدت و به نتیجه رسیدن، نیازمند قطب سوم و قانونگذار مشخص است. بهترین اقدام در فضای فعلی این است که در چارچوب قراردادهای جدیدی که شرکت‌های خودرو ساز با خارجی‌ها منعقد می‌شود، دانشگاه حضور داشته و از تجربه آنها با هدف توسعه دانش فنی خود استفاده کند و بخشی از انتقال دانش فنی که در حال انجام است را بومی کند.

تاثیر مثبت توسعه ارتباطات بر قطعه‌سازان

به‌طور قطع بهترین و مفیدترین اثر ارتباط صنعت و دانشگاه بر قطعه‌سازان نمود خواهد داشت. قطعه‌سازان باید با استفاده از پروژه‌های تحقیقاتی خود، نسبت به کاهش هزینه‌های تولید، افزایش بهره‌وری، بهینه‌سازی مواد، طراحی محصول و تغییرات مهندسی خود اقدام کنند. در این شرایط صنعت می‌تواند از ارتباط ایجاد شده با دانشگاه‌ها بهترین استفاده را برده و از سوی دیگر خودرو ساز نیز به عنوان ذینفع می‌تواند ورود کرده و حمایت‌هایی انجام دهد، اما ساخت و ایجاد چنین طرح‌هایی توجیهی که منجر به بهبود کیفیت و کاهش قیمت تمام شده تولیدات شود و جریان را برای قطعه‌سازان اقتصادی کند جریانی است که نیازمند توسعه بیشتر خواهد بود. یکی از حوزه‌هایی که تاکنون بر روی آن کار شده اما جای کار بیشتری برای آن وجود دارد توسعه ارتباطات مجموعه قطعه‌سازان با صنعت خودرو است. ممکن است در کشور حدود ۵ خودرو ساز بزرگ و دست‌اندرکار خودرو سازی باشد که بتوانند با چندین دانشگاه و مراکز عالی ارتباط داشته باشند اما در

همکاری بنیادین ایران خودرو با مراکز علمی و دانشگاهی

کمرنگ بودن ارتباط صنعت خودرو و دانشگاه یکی از موضوعاتی بوده که گاهی مطرح می‌شود اما نگاهی به اقدامات انجام شده در صنعت خودرو، خلاف این موضوع را به اثبات می‌رساند. شاید علت اصلی این شائبه نبود شفافیت لازم در انعکاس اقدامات انجام شده در ارتباط با دانشگاه در سال‌های گذشته بوده است. اما بررسی گذران‌شان می‌دهد صنعت خودرو با دانشگاه بیگانه نبوده و حتی در برخی موارد که تعداد آن کم نیست، پیشگام در برقراری این ارتباط بوده است. بر همین مبنا و باور همکاری میان خودرو سازی و دانشگاه، مصداق این ارتباط را حضور تعداد زیادی از مدیران صنعت خودرو در همکاری با دانشگاه دانست به طوری که در حال حاضر چند پروژه را به صورت پایان‌نامه تحصیلی اینترشیپ پیش برده و در چند نمایشگاه بین‌المللی صنعت خودرو، دستاوردهای حوزه ارتباط با دانشگاه را به منصفه ظهور گذاشته‌اند. آخرین دستاوردهای ارتباط صنعت خودرو با دانشگاه‌ها در حوزه نرم افزار و مدیریت نشان می‌دهد، قابلیت‌های خوبی در حوزه دانشگاه وجود دارد و صنعت خودرو توانسته به خوبی از آنها استفاده کند. به عنوان مثال گروه صنعتی ایران خودرو توانسته در زمینه کسب دانش همکاری‌هایی را با دانشگاه‌هایی همچون دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی، تهران، امیرکبیر، دانشگاه صنعتی شریف و دانشگاه علم و صنعت پیش ببرد. گروه صنعتی ایران خودرو سرمایه‌گذاری‌هایی را برای همکاری با دانشگاه در زمینه طراحی پلتفرم انجام داده است. ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان به صورت همکاری‌های مشترک جزو سیاست‌های تدوین شده ایران خودرو است و با برخی از دانشگاه‌ها بر سر توسعه محصول جدید و طراحی پلتفرم فعالیت‌های مشترکی در حال انجام است. در حال حاضر ارتباط صنعت خودرو به ویژه ایران خودرو با دانشگاه‌ها در حال گسترش است هرچند که در ایده‌آل‌ترین وضعیت قرار ندارد اما تلاش‌های برای رسیدن به نقطه مطلوب ادامه دارد.

ضرورت تعریف قطب سوم ارتباط

ارتباط صنعت و دانشگاه ارتباطی دوسویه نیست،