



سلسله بولتن‌های تولید محتوا (۴)

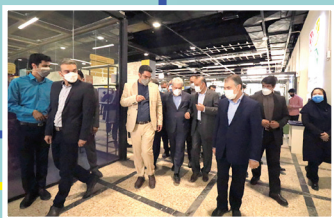
تولید محتوای دیجیتال و جایگاه آن در آینده بازار جهانی



روابط عمومی پارک فاوا (مرداد ۱۴۰۰)



مراحل ساخت بزرگترین مرکز تولید محتوای دیجیتال در مشهد



سلسله بولتن‌های تولید محتوا در پارک فاوا، با پشتوانه بیش از ۲۵ سال تجربه مدیریتی در پارک‌های علم و فناوری کشور، با هدف ایده‌پردازی و گفتمان‌سازی در خصوص جدیدترین مؤلفه‌ها، سازوکارها و مکانیسم‌های حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری تولید و منتشر می‌شوند.



سلسله بولتن‌های تولید محتوا-۴

- **عنوان:** تولید محتوای دیجیتال و جایگاه آن در آینده بازار جهانی
- **مجری طرح:** دکتر عباس قنبری باغستان
- **زیر نظر:** دکتر محمدجعفر صدیق دامغانی‌زاده
- **مشاور طرح:** دکتر احسان چیت‌ساز
- **نویسنده:** فرزانه اسکندریان
- **تهیه و تنظیم:** مینا راستی
- **عکاس:** یلدا آرائی
- **صفحه آرا:** لیلی اسکندریپور
- **ناشر:** روابط عمومی و امور بین‌الملل پارک فاوا-تیرماه ۱۴۰۰

تولید محتوای دیجیتال و اهمیت آن در آینده

پیشگفتار

پروژه راه‌اندازی «مراکز تولید محتوای دیجیتال» یکی از پروژه‌های پیش‌ران در پارک علم و فناوری محسوب می‌شود.

پارک فاوا از حدود شش ماه گذشته (بهمن ۱۳۹۹) کار «ساخت، تجهیز و راه‌اندازی اولین مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال» را در شعبه مشهد پارک آغاز کرده و در حال حاضر (تیر ۱۴۰۰) برنامه‌ریزی لازم برای راه‌اندازی و تجهیز آزمایشگاه‌های تولید محتوا در شعبه البرز و نیز شعبه سمنان این پارک با همکاری صندوق پژوهش و فناوری توسعه صادرات شریف را نیز در دستور کار قرار داده است.

آنچه در این بولتن به آن پرداخته شده، مروری بر تاریخچه «تولید محتوای دیجیتال» در جهان، جایگاه آن در بازار سال‌های آتی، مکانیسم‌ها و فرایندهای آن و... می‌باشد. در ادامه نیز اخبار مرتبط با دستاوردهای پارک فاوا در ارتباط با فعالیت‌های حوزه تولید محتوا دیجیتال ارائه شده است.



جهان شاهد تغییر رویکرد از دنیای تبلیغات سنتی به حوزه دیجیتال بوده است. همچنین، استفاده روزافزون از اینترنت، فناوری و رسانه‌های دیجیتال باعث افزایش وابستگی مردم به بازار آنلاین شده است. به همین دلیل، برندها اساس پایگاه خود را در پلتفرم‌های مختلف دیجیتالی قرار می‌دهند. این در حالی است که بازاریابان معمولاً از بخش محتوا غافل می‌شوند. با این حال، موفقیت تجارت در درجه اول به نوع محتوایی که با کاربران نهایی خود به اشتراک می‌گذارید، تعیین می‌شود. بسته به ژانر کسب‌وکار، محتوا را می‌توان در قالب وبلاگ، وب سایت، فیلم، تصاویر و... ارائه داد. نیازی به گفتن نیست که محتوای خوب پایه و اساس هر استراتژی بازاریابی دیجیتال است. محتوا جدا از اینکه به مخاطبان آموزش می‌دهد تا هوشمندانه در مورد خرید یک محصول تصمیم بگیرند، به عنوان پارامتر مهم بهینه‌سازی موتور جستجو برای رتبه‌بندی بالاتر وب سایت‌ها نیز عمل می‌کند.

محتوا می‌تواند تنها یک جمله باشد. هر چیزی از مشاوره حرفه‌ای، مالی، حقوقی یا فنی گرفته تا ارسال تصاویر سرگرم‌کننده (GIF)، همه می‌تواند نوعی از محتوا محسوب شود. در این میان، شناسایی مخاطبان هدف ضروری است؛ زیرا آن‌ها کسانی هستند که محتوای شما را استفاده کرده و اساساً کسب‌وکار شما را زنده می‌کنند. کسب‌وکارها



باید مخاطبان هدف، حوزه‌های تمرکز و محتوای لازم برای تولید را بشناسد. شناسایی این موارد باعث تقویت و بهبود حضور آنلاین مشاغل می‌شود. محتوای دیجیتالی میزان مراجعه به کسب‌وکار شما را افزایش داده و به شما کمک می‌کند تا به صورت آنلاین بیشتر دیده شوید. درج محتوای ارزشمند در یک صفحه به مالکان این امکان را می‌دهد تا به مشتریان بیشتری دسترسی پیدا کنند. محتوای ایجاد شده برای ارسال در سراسر اینترنت برای ایجاد آگاهی از نام تجاری و ایجاد مخاطبان بیشتر است. کلمات کلیدی بیشتر منجر به افزایش نرخ کلیک و افزایش بازدید و به طور بالقوه جذب مشتریان جدید به کسب‌وکار می‌شود. مهم است که محتوای شما آنقدر قوی باشد که در نمایش داده‌های جستجوی مربوطه نشان داده شود. با معرفی سئو و بازاریابی دیجیتال، محتوا مؤثرترین راه برای ورود نام تجاری به حوزه دیجیتال است. نوشتن محتوای مداوم و با کیفیت بالا راهی ارزشمند برای ارتباط برندها با مصرف‌کنندگان است. همچنین باعث بهبود تعامل و حفظ مخاطب می‌شود.

■ تعریف محتوای دیجیتال

این روزها با هر کلیک، با محتوای دیجیتالی روبه‌رو می‌شوید. محتوای آنلاین یا رسانه دیجیتال، در اشکال مختلفی از متن، فایل‌های صوتی و تصویری گرفته تا گرافیک، انیمیشن و تصاویر وجود دارد. محتوای دیجیتال معمولاً به اطلاعات موجود برای بارگیری در اینترنت یا توزیع در رسانه‌های الکترونیکی گفته می‌شود،






اما بسیاری از افراد در صنعت محتوا معتقدند که محتوای آنلاین هر چیزی است که قابل انتشار باشد. بر اساس این تفکر، می‌توان به راحتی گفت که هنگامی که آنلاین هستید، احتمالاً محتوای دیجیتال را مشاهده کرده و یا گوش می‌دهید. با دسترسی بیشتر خانواده‌ها به اینترنت، تولید محتوای دیجیتالی نیز افزایش یافته است. دسترسی گسترده باعث شده مردم به راحتی اخبار را دریافت کرده و به تماشای تلویزیون آنلاین بپردازند و محبوبیت سیستم عامل‌های سنتی نیز به چالش کشیده شده است. افزایش دسترسی به اینترنت همچنین منجر به انتشار انبوه محتوای دیجیتالی به صورت کتاب‌های الکترونیکی، پست‌های وبلاگ و حتی پست‌های فیس‌بوک شده است.

■ روندهای صنعت مدیریت محتوای دیجیتال

از آنجایی که سازمان‌ها بیشتر محتوای خود را دیجیتالی کرده و به دلایل متنوعی از آن استفاده می‌کنند، انتظار می‌رود صنعت مدیریت محتوای دیجیتال نیز همگام شود. برخی از گزارش‌ها تخمین می‌زنند که بازار مدیریت دارایی‌های دیجیتال بین سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۶ سالانه ۱۳ درصد و بازار محتوای دیجیتال تا سال ۲۰۳۰ سالانه ۱۷ درصد رشد خواهند کرد. برخی از نیروهای محرک این رشد عبارتند از:



دسترسی گسترده باعث شده مردم به راحتی اخبار را دریافت کرده و به تماشای تلویزیون آنلاین بپردازند و محبوبیت سیستم عامل‌های سنتی نیز به چالش کشیده شده است

مدیریت دارایی دیجیتال: هر چقدر شرکت‌ها برای تأمین تقاضای

مصرف‌کننده در ایجاد محتوای بیشتر عجله به خرج می‌دهند، میزان دارایی‌های دیجیتالی نیز افزایش می‌یابد. تقریباً ۲۵ درصد از تصمیم‌گیرندگان حوزه بازاریابی، به‌روزرسانی مطالب و ایجاد دارایی‌های جدید از محتوای موجود را از اولویت‌های اصلی خود می‌دانند. مدیریت دارایی دیجیتال راه‌حلی برای ذخیره، سازماندهی و به اشتراک گذاری دارایی‌های دیجیتال در یک فضای مرکزی است. تیم‌ها می‌توانند به دارایی‌های مورد نیاز خود، اعم از تصاویر، فیلم‌ها یا سایر رسانه‌ها دسترسی پیدا کنند. مدیریت دارایی دیجیتال به ویژه برای شرکت‌های سازمانی، به یک الزام تبدیل شده



است؛ چراکه حجم بیشتر محتوا به فایل‌های بیشتری نیز نیاز دارد؛ خواه این فایل‌ها مجموعه‌ای از تصاویر عکاسان و ضبط‌های ویدئویی از آخرین رویداد دیجیتالی باشد یا اینکه طرح فایل‌های جدید برای اپلیکیشن‌های تلفن همراه باشد. به هر حال، راه‌حل مدیریت دارایی دیجیتال برای سازماندهی فایل‌ها بسیار مهم است.

سیستم‌های یکپارچه و کاربرپسند: همان‌طور که سیستم‌های مدیریت محتوای دیجیتال برای دسترسی بیشتر کاربران پیشرفت می‌کنند، سازمان‌ها نیز برای مدیریت این دارایی‌ها به راه‌حل‌های بصری قدرتمند با کاربرد آسان نیاز دارند. برای ایجاد این سیستم‌ها و اطمینان از تکامل آن‌ها برای پاسخگویی به چالش‌های آینده، به توسعه‌دهندگان نرم‌افزار، طراحان تجربه کاربر و کارشناسان سیستم اطلاعات نیاز خواهد بود.

تجزیه و تحلیل و بازگشت سرمایه: برای بسیاری از سازمان‌ها، محتوای دیجیتال چیزی بیشتر از اطلاعات است. این یک دارایی است که می‌تواند به طور مستقیم فروخته شود، فروش را بهبود بخشد، از بازاریابی و روابط عمومی سود ببرد و مدیریت ارتباط با مشتری را ارتقا دهد. برای اینکه سازمان‌ها به این نکته پی ببرند که چگونه از محتوای خود حداکثر بازده را دریافت می‌کنند، به تحلیل‌گران و دانشمندان احتیاج دارند تا بتوانند تأثیر محتوا را در حال حاضر ردیابی کرده و روند محتوا را در آینده پیش‌بینی کنند.

سیستم‌های مبتنی بر ابر: با پراکندگی بیشتر کارمندان، نیاز آن‌ها به دسترسی از راه دور به محتوای دیجیتال بیشتر خواهد شد. سیستم‌های مدیریت محتوای مبتنی بر ابر باعث سهولت در به اشتراک گذاری و دسترسی به محتوا می‌شود و برای طراحی،





مدیریت و محافظت از این سیستم عامل‌ها به مهندسين نرم‌افزار، متخصصان فناوری اطلاعات کسب‌وکار و کارشناسان امنیت سایبری نیاز است.

مدیریت هوش مصنوعی: حفظ فراداده و اطمینان از انطباق با صدها یا هزاران دارایی دیجیتال می‌تواند زمان‌بر و گران باشد. با رشد سیستم‌های مدیریت محتوا، انتظار می‌رود سازمان‌های بیشتری از سیستم‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای اتوماسیون فرآیند استفاده کنند.



■ **پیش‌بینی بازار ۳۸/۲ میلیارد دلاری ایجاد محتوای دیجیتال تا سال ۲۰۳۰**

اندازه بازار ایجاد محتوای دیجیتال جهانی در سال ۲۰۱۹، ۱۱ میلیارد دلار برآورد شده بود و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ نرخ رشد ترکیبی سالیانه با ۱۲ درصد رشد طی سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۳۰ به ۳۸/۲ میلیارد دلار برسد. ایجاد محتوای دیجیتال یکی از مؤلفه‌های اساسی استراتژی‌های دیجیتالی است تا مشتریان بالقوه از طریق مقاله‌ها، پست‌های وبلاگ، خبرنامه‌های الکترونیکی، مطالعات موردی و... جذب شوند. این امر از طریق بازاریابی مناسب به گسترش دسترسی کسب‌وکارها کمک می‌کند. با افزایش ترافیک آنلاین و گسترش خدمات اینترنتی، ایجاد محتوای دیجیتال به عنوان ابزاری اساسی برای ارتباطات هم‌تا به هم‌تا و جذب مشتری ظاهر شده است. همراه با ایجاد محتوای دیجیتال، اجرای روش تبلیغات مناسب و انتخاب محتوای مناسب

برای اجرای استراتژی‌های دیجیتال ضروری است. تمرکز کسب‌وکارها بر روی اجرای استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال برای بهره‌مندی از افزایش ترافیک آنلاین و استفاده از ابزارها و خدمات ایجاد محتوای دیجیتال است. این امر به رشد بازار ایجاد محتوای دیجیتال طی دو سال گذشته دامن زده است. شیوع پاندمی کرونا سازمان‌ها را در تقویت ایجاد محتوای دیجیتالی خود برای رشد پایدار ترغیب کرده است. در این دوران، ایجاد محتوای دیجیتال به سازمان‌ها کمک کرده است تا استراتژی‌های دیجیتالی خود را تقویت کنند. پیش‌بینی می‌شود که این امر باعث ایجاد بازار جهانی تولید محتوای دیجیتال در سال‌های آینده خواهد شد. بر اساس جغرافیا، بازار جهانی تولید محتوای دیجیتال به آمریکای شمالی، اروپا، آسیا-اقیانوسیه، خاورمیانه، آفریقا و آمریکای جنوبی تقسیم شده است. آمریکای شمالی بیشترین سهم را در بازار جهانی در سال ۲۰۱۹ به دلیل نفوذ شدید ابزارهای تولید محتوای دیجیتال در صنایع مختلف از آن خود کرده است. انتظار می‌رود آسیا و اقیانوسیه به دلیل گسترش صنعت رسانه و سرگرمی و استفاده از ابزارهای تولید محتوای دیجیتال در برنامه‌های بازاریابی آنلاین یا دیجیتال، با شتاب‌ترین منطقه در طی دوره پیش‌بینی شده باشد. همچنین پیش‌بینی می‌شود که توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط در کشورهای بزرگ به رشد بازار ایجاد محتوای دیجیتال آسیا و اقیانوسیه در دوره پیش‌بینی شده کمک کند.

■ منابع:

- Why Content Writing is Important in Digital Marketing? – by Bhavik Sarkhedi
<https://www.write-right.in/why-content-writing-is-important-in-digital-marketing>
- Integrating Your Content Management with Your Digital Asset Management - by Ilgun Ilgun, Tech Lead Product Development at Magnolia
<https://www.magnolia-cms.com/blog/integrating-your-content-management-with-your-digital-asset-management.html>
- Digital Content Management – Drexel
<https://drexel.edu/cci/academics/graduate-programs/digital-content-management/#:~:text=What%20is%20Digital%20Content%20Management,and%20audio%20and%20video%20files.>
- Digital Content Creation Market Is Expected To Reach a Global Size of US\$ 38.2 billion by 2030 – insightSLICE
<https://www.globenewswire.com/news-release/2020/11/23/2131980/0/en/Digital-Content-Creation-Market-Is-Expected-To-Reach-a-Global-Size-of-US-38-2-billion-by-2030.html>



بازدید رئیس پارک فاوا از مراحل ساخت تجهیز و راه‌اندازی اولین مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال در شعبه مشهد پارک فاوا



دکتر محمدجعفر صدیق دامغانی‌زاده، مشاور وزیر و رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات، با حضور در شعبه مشهد این پارک، از مراحل ساخت، استقرار و تجهیز اولین مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال بازدید کرد.

در این بازدید که روز یکشنبه، ۲۶ بهمن ماه ۱۳۹۹ انجام شد، رئیس پارک فاوا از نزدیک در جریان مراحل استقرار تیم‌های فنی، تجهیز استودیوهای ثبت و ضبط و فیلم‌برداری و... قرار گرفت.

دکتر صدیق دامغانی‌زاده در این بازدید با اشاره به اهمیت راه‌اندازی این مرکز گفت: این مرکز با حمایت و پیگیری‌های وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات راه‌اندازی می‌شود و مهم‌ترین هدف آن نیز تقویت بخش خصوصی، توسعه کسب‌وکار دیجیتال و تولید محتوای ایرانی به خصوص برای مخاطبان غیرایرانی است.



مشاور وزیر و رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات با اشاره به اینکه راه‌اندازی مرکز تولید محتوای دیجیتال یکی از مهم‌ترین پروژه‌های پیش‌ران پارک فاوا است، افزود: پروژه پیش‌ران، پروژه‌ای است که امنیت، ظرفیت اقتصادی و جایگاهی در سطح ملی داشته باشد.

وی در خصوص مهم‌ترین مأموریت این مرکز گفت: مأموریت اصلی این مرکز حمایت از طیف وسیعی از بخش خصوصی از جمله مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور است. این کار با هدف توسعه و تعمیق تکنولوژی و رقابتی کردن فضا برای شرکت‌ها صورت می‌گیرد.

دکتر صدیق دامغانی‌زاده ادامه داد: پارک فاوا نهادی دولتی است که صدای بخش خصوصی را شنیده و به گوش مسئولان می‌رساند و از این طریق موجب رشد اقتصادی و گسترش تکنولوژی می‌شود. همچنین در تلاش است تا بتواند توانایی صادرات محتوای فرهنگی از طریق پارک را به دست آورده و باعث تولید ثروت برای کشور شود.

مشاور وزیر و رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات در خصوص علت انتخاب مشهد برای تأسیس این مرکز و شعبه پارک فاوا گفت: مهم‌ترین دلیل ما برای انتخاب مشهد، ارادت خاص ما به امام هشتم است.

وی تصریح کرد: ما همیشه شاهد تربیت نیروی متخصص در تهران بودیم که بعد از آن به شهرهای مختلف فرستاده می‌شدند. اما امروزه این ظرفیت در شهر مشهد دیده شده و می‌تواند خود به‌عنوان یک مرکز تربیت متخصص عمل کند. همچنین بخش خصوصی بسیار قوی‌ای که در این شهر وجود دارد، عامل مؤثری در انتخاب مشهد بود.

دکتر صدیق دامغانی‌زاده در پایان یادآور شد: جایگاه استراتژیک شهر مشهد به دلیل مجاورت با کشورهای فارسی‌زبان مانند افغانستان و تاجیکستان است که می‌تواند در تجارت به ما کمک کند.

در ادامه این بازدید، حمیدرضا بحرینی، مدیر مرکز نوآوری محتوای دیجیتال نیتک گفت: حوزه تولید محتوای دیجیتال جزو پرسودترین و پربازده‌ترین صنایع برای سرمایه‌گذاری است که بازدهی آن نیز بسیار سریع می‌باشد. این نوع محتوا می‌تواند





با کمترین هزینه تولید، بیشترین بازدهی را به دنبال داشته باشد. وی ادامه داد: تجربه رسانه‌ای گروه ما در تولید محتوای دیجیتال و تلویزیونی در ایجاد و راه‌اندازی دو شتاب‌دهنده تخصصی در حوزه تولید محتوا در تهران این موضوع را به ما ثابت کرد که برای تولید محتوای دیجیتال نیاز به یک اکوسیستم است. این پروسه در سه بخش ایجاد «مرکز نوآوری در حوزه تولید محتوا»، ایجاد «بازار ملی محتوای دیجیتال» و خدمات «تجارت آنلاین» که سوگیری آن، موضوع عرضه و تولید محتوا در سطح بین‌المللی است، برنامه‌ریزی و عملیاتی شد.

بحرینی تصریح کرد: این مرکز نوآوری چهار بخش اصلی دارد که بخش اول آن آکادمی بوده که شامل فرآیند جذب و استعدادیابی، آموزش و توانمندسازی و تیم‌سازی می‌شود. بخش دوم، شتاب‌دهنده مرکز نوآوری خواهد بود که حمایت از تیم‌ها و استارت‌آپ‌های حوزه تولید محتوا را بر عهده خواهد داشت. بخش سوم، ایجاد بازار برای تیم‌ها و تولیدکنندگان محتوا می‌باشد. بخش چهارم تبدیل این مرکز به مرکزی برای تبادل فرهنگی خواهد بود که در حال حاضر این تبادل با کشور افغانستان برنامه‌ریزی شده تا تیم‌های افغانستانی هم بتوانند از این زیرساخت برای تولید محتوا استفاده کنند.

مدیر مرکز نوآوری محتوای دیجیتال نیتک به دلیل نگاه ویژه مرکز به فروش و بازاریابی محصولات محتوایی در خارج از کشور یادآور شد: یکی از بخش‌های اصلی این مرکز به تجارت آنلاین با نام OBS اختصاص داده شده است که در دو بحث کارگزاری فروش تولیدات محتوایی و دریافت پروژه‌های بین‌المللی که امکان تولید محتوایشان در کشور وجود دارد، فعالیت خواهد کرد.

بحرینی در پایان ضمن ابراز امیدواری برای تأسیس این مرکز گفت: تأسیس این مرکز باعث توسعه کسب‌وکار حوزه دیجیتال شده و امید است که بتوانیم فضای تولید و عرضه این محتوا را فراهم کنیم.

گفتنی است؛ در مراسم بازدید رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات از مراحل ساخت، استقرار و تجهیز اولین مرکز تولید محتوای دیجیتال، رئیس اداره پست استان خراسان رضوی، معاونان پارک فاوا، رؤسای شرکت‌های فناوری مستقر در شعبه مشهد پارک فاوا و اصحاب رسانه نیز حضور داشتند.

با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهور؛

«خانه خلاق و نوآوری تولید محتوای دیجیتال نیتک»

آغاز به کار کرد



خانه خلاق و نوآوری تولید محتوای دیجیتال نیتک در شعبه مشهد پارک فاوا، روز سه‌شنبه ۱۱ خردادماه ۱۴۰۰ با حضور دکتر سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهور رونمایی و افتتاح شد.

حمیدرضا بحرینی، مدیر خانه خلاق و نوآوری محتوای دیجیتال نیتک این مرکز را زیست‌بوم تولید و عرضه محتوای چندرسانه‌ای دانست و گفت: این مرکز زیست‌بوم تولید و عرضه محتوای چندرسانه‌ای است که با ترکیب حوزه‌های رسانه تلکام و سرویس‌های دیجیتال به دنبال تعریف رویه‌های هوشمند و بدیع در کسب‌وکارهای نوآورانه است.

مدیر خانه خلاق و نوآوری محتوای دیجیتال نیتک ایجاد مجموعه هشت‌گانه استودیوهای صدا و تصویر و تجهیز و استقرار تیم‌های نوآور و خلاق در زمینه تولید محتوای دیجیتال در این مرکز را زمینه‌ای برای تولید محتوای هدفمند به‌ویژه محصولات صادراتی به کشورهای همسایه عنوان کرد.





بحرینی تصریح کرد: خدمات استودیویی نیتک به عنوان مرکزی پیشرو در این حوزه، چهار استودیوی تصویری به مساحت ۱۰۰۰ مترمربع (که از بزرگترین استودیوهای شرق کشور محسوب می‌شود)، استودیوهای صوتی به مساحت ۲۰۰ مترمربع و فضای کار اشتراکی به مساحت ۲۰۰۰ مترمربع را در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد. وی یکی از اهداف خانه خلاق و نوآوری محتوای دیجیتال نیتک را اشتراک‌گذاری دانش خود به مراکز دیگر دانست و یادآور شد: این مرکز همواره در پی اشتراک‌گذاری دانش خود با دیگر مراکز بوده و برای سهولت کار تیم‌های مورد حمایت خود، به ارائه زیرساخت‌های مهمی همچون فضای اشتراکی با امکانات میز اختصاصی، متورینگ تخصصی، اینترنت، اتاق جلسات و... پرداخته است.

در ادامه دکتر سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور سرمایه‌گذاری در نوآوری را بسیار مهم دانست و گفت: تبدیل فضاهای بلااستفاده به محلی برای کارآفرینی از اهداف بزرگی است که باید از سوی تمامی اجزای دولت دنبال شود. همچنین حمایت از خانه‌های خلاق و مراکز نوآوری به عنوان موتور محرکه





کارآفرینی در کشور در سیاست‌گذاری‌ها و کمک به تسهیل امور باید مورد تأکید و توجه قرار گیرد.

ستاری تأسیس خانه خلاق و نوآوری تولید محتوای دیجیتال «نیتک» را اقدامی بسیار بزرگ عنوان کرد و ادامه داد: سرمایه‌گذاری در نوآوری همیشه مؤثر در عرصه پیشرفت و توسعه بوده و سودآوری قابل توجهی نسبت به دیگر عرصه‌ها به همراه دارد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور در پایان این مراسم، گواهینامه خانه خلاق را به «حمیدرضا بحرینی» مدیر «مرکز خانه خلاق و نوآوری محتوای دیجیتال نیتک» اهدا کرد.

لازم به ذکر است؛ در این مراسم، «دکتر علی دلگیر»، مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان خراسان رضوی و «دکتر سعید مقدم آریائی»، عضو هیئت مدیره خانه خلاق و نوآوری محتوای دیجیتال نیتک نیز حضور داشتند.



آزمایشگاه‌های «تولید محتوا» در شعب پارک فاوا ایجاد می‌شود



آزمایشگاه‌های تولید محتوا با همکاری صندوق پژوهش و فناوری توسعه صادرات شریف در شعب استان البرز و سمنان پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) راه‌اندازی می‌شوند.

دکتر سادات رسول، مدیرعامل صندوق توسعه صادرات شریف و هیئت همراه روز شنبه ۵ تیرماه ۱۴۰۰ از پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات بازدید کرده و در خصوص احداث، تجهیز و راه‌اندازی آزمایشگاه‌های تولید محتوا با مسئولان پارک به گفت‌وگو پرداختند. در این بازدید دکتر محمدجعفر صدیق دامغانی‌زاده، رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات و دکتر احسان چیت‌ساز، معاون توسعه بازار پارک فاوا با اشاره به هدف‌گذاری پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات برای سال جاری و نیز برنامه توانمندسازی فضای تولید محتوای کشور، نسبت به احداث «آزمایشگاه‌های تولید محتوا» متناسب با نیازهای روز کشور اعلام آمادگی کردند.

لازم به ذکر است؛ در پایان این بازدید مقرر شد پیش‌نویس قرارداد همکاری طرفین با همکاری کارشناسان، تهیه و جهت تأیید و انعقاد قرارداد همکاری، نهایی گردد.



خط شرق
Khate Shargh

صفحه نخست اجتماعی سیاسی ورزشی اقتصادی فضای مجازی فرهنگی هنری علمی پزشکی

عارف عارفی

گزارش تصویری نشست خبری شبکه مراکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال

تاریخ انتشار: ۱۵ فوریه ۲۰۲۱ - ۱۱:۰۲
ارسال توسط: سید دبیر بدون دیدگاه

اه خبرنگاران جوان

سیاسی بین الملل ورزشی اجتماعی

دختر بیچ را گرفت

فناوری اطلاعات و ارتباطات:

محتوای دیجیتال مشهد، فعالیت‌هایی در سطح منطقه خواهد داشت

فناوری اطلاعات و ارتباطات گفت: پارک تولید محتوای دیجیتال مشهد این را در بازارهای کشوری همسایه خواهد داشت.

pana.ir

اقتصادی فرهنگ هنر بین الملل دین و اندیشه ورزشی بازار چند رسانه‌ای

پارک کشور در مشهد

شماره خبر: 1708646 | منتشر شده در: 1399/11/27 | ساعت: 15:41

تاریخ: دوشنبه ۱۳ خرداد ۱۴۰۰ | ساعت: ۱۳:۱۳

صفحه اصلی | سیاسی | اجتماعی

رق نگر
Shargh

صفحه اصلی | سیاسی | اجتماعی

خانه | نوآوری

رئیس پارک فناوری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات کشور عنوان کرد:

ظرفیت خراسان رضوی در صادرات فناوری اطلاعات به کشورهای مجاور

کد خبر: ۱۳۳۴ | ۲۶ بهمن ۱۳۹۹ - ۲۳:۲۵

ایران

رویداد اقتصاد جامعه فرهنگ هنر ورزش سبک زندگی رسانه استان ها چند رسانه ای شرکت ها آر

ارسال مدارک از این سر دنیا تا اون سر دنیا تو ۵ روز!

ویژه استان ها خراسان رضوی مشهد

زمان انتشار: 27 بهمن 1399 | کد خبر: 63149

مراکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور در مشهد مقدس

EC@MOTIVE

لیست ها - اخبار و رویدادها - حوزه های کسب و کار - فناوری ها - موضوعات ویژه - کارفرمی و استارت آپ

خانه / کارفرمی و استارت آپ / اخبار استارت آپ / راه اندازی مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور در مشهد

اخبار استارت آپ | اخبار رسانه | اخبار صنایع خلق و فرهنگی | رسانه | منابع خلق و فرهنگی | کارفرمی و استارت آپ

راه اندازی اولین مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور در مشهد

خبرگزاری قشایر

اخبار و رویدادها - نرخ ها و داده ها - استان ها - مناطق آزاد - چندرسانه

جهان | اگر | کان | پیوچه | بانک | بیمه | بورس | نفت و گاز | پتروشیمی | صنعت آب و برق | صنایع و معادن | تجارت و بازرگانی

فروش اقساطی

مخیران خودرو

تهران فرم شد، لید | الکتیب به تموی انا

لرئیح وزیر ارتباطات دربارا | عدم آئین دهی موبایل ها

بودجه پارک های علم و فناوری منجول می شود

راهکار کنترل تورم و حمایت | از میشت مردم

باندهای اقتصادی اروپا | اصالی دولت آئیده

راه اندازی اولین مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور در مشهد

سخن گفت

شهرستان ها - سیاست و اقتصاد - فرهنگی و اجتماعی - کسب

نشست خبری آغاز به کار نخستین شبکه مراکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور

نشست خبری آغاز به کار نخستین شبکه مراکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور با حضور مسئولان استانی و کشوری

خبرگزاری صدا و سیما
IRIB NEWS AGENCY

خبر فوری | واکنش واخوردی به ۲ کت

کد خبر: ۳۰۹۸۸۱ | خراسان رضوی - اقتصادی

با حضور مشاور وزیر ارتباطات

افتتاح شبکه مراکز تولید محتوای دیجیتال در مشهد

با حضور مشاور وزیر ارتباطات و صادرات محتوی دیجیتال و خدمات ابری کشور در مشهد افتتاح شد.

گودون
WWW.GUDONLINE.IR

پایگاه خبری - تحلیلی قدسی آنلاین

صفحه اصلی | عنوان اخبار | بین الملل | سیاسی | اجتماعی | اقتصادی | فرهنگ هنر | ورزشی | استان ها | خراسان رضوی | پاندره فرورد

خراسان رضوی < خراسان رضوی

رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور در مشهد مطرح کرد:

افتتاح بزرگترین پارک تولید محتوای دیجیتال در مشهد / اشتغال ۱۰ هزار نفر در زمینه تولید محتوای دیجیتال

تولید محتوا

نسخه اصلی | عنوان اخبار | باخشد | گزین | مقاله | گفتار | بانک و بیمه | مرکزی | نامنه | ها | خوشنما | ها

SAM

راه اندازی بزرگترین پارک تولید محتوای ایران در قالب مرکز نوآوری محتوای دیجیتال نینگ در مشهد مقدس

EC@MOTIVE

لیست ها - اخبار و رویدادها - حوزه های کسب و کار - فناوری ها - موضوعات ویژه - کارفرمی و استارت آپ

خانه / کارفرمی و استارت آپ / اخبار استارت آپ / راه اندازی مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور در مشهد

اخبار استارت آپ | اخبار رسانه | اخبار صنایع خلق و فرهنگی | رسانه | منابع خلق و فرهنگی | کارفرمی و استارت آپ

راه اندازی اولین مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال کشور در مشهد



تولید محتوای دیجیتال؛ مانع زدایی

- فرایند «ساخت، تجهیز و راه‌اندازی اولین مرکز نوآوری تولید محتوای دیجیتال» در شعبه مشهد آغاز شد
- آزمایشگاه‌های تولید محتوای دیجیتال در شعبه البرز و سمنان پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات راه‌اندازی می‌شوند
- «خانه خلاق و نوآوری تولید محتوای دیجیتال نیتک» آغاز به کار کرد