

## صورتجلسه شماره ۲۱ شورای پژوهشی مرکز آموزش و پژوهش شورای اسلامی شهر بجنورد

سه شنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۸ ساعت ۱۰

پیرو هماهنگی بعمل آمده از اعضای محترم مرکز آموزش و پژوهش شورای اسلامی شهر با حضور مدیر کل امور مالیاتی استان رئیس کارگروه اقتصاد و سرمایه گذاری شهری مرکز آموزش و پژوهش شورای اسلامی شهر بجنورد، نایب رئیس اتاق تعاون استان، نماینده اتاق بازرگانی استان، مدیر سرمایه گذاری شهرداری بجنورد، رئیس گروه مطالعات اقتصادی استان، معاون جهاد کشاورزی استان، رئیس اداره توسعه کارآفرینی استان، نمایندگی وزارت امور خارجه استان، نماینده ارتباطات و فناوری اطلاعات استان، سردبیر مجله خانه هنر، و اعضای کارگروه برنامه ریزی اقتصاد و سرمایه گذاری شهری با موضوع برندینگ شهری رأس ساعت ۱۰ صبح در محل سالن همایش شورای اسلامی شهر رسمیت یافت.

در ابتدا آقای مهندس موسوی (رئیس مرکز) ضمن خیر مقدم و خوش آمد گویی به حاضرین در جلسه، دستور کار را عنوان نمودند.

فرایند جلسات و معرفی تعاریف مفاهیم برندینگ بعنوان هدف جلسات ابتدایی در جهت همگرایی و تبیین مفهوم برندینگ توسط آقای دکتر بابکی تعیین شد.

در ادامه در بخش تبیین علمی آقای دکتر دانشوری، عضو هیئت علمی گروه شهرسازی دانشگاه بجنورد به ارائه تفاوت های مفهومی ظریف بین برندینگ، شعار، لوگو و اسم مستعار پرداختند. بخش دوم و تکمیلی سخنان آقای دکتر دانشوری در جلسه آتی نیز ارائه خواهد شد.

بخش دوم جلسه با رویکرد گفتگو و مشارکت مهمانان گرامی با اعلام آمادگی هرگونه همراهی و همراهی در تقویت و تسریع فرآیند برندینگ آقای یعقوبی نژاد، مدیر کل محترم امور مالیاتی استان ادامه یافت.

آقای امانی، نایب رئیس اتاق تعاون استان در خصوص حمایت ممکن در حوزه تعاونی های مسکن اعلام آمادگی کردند.

رئیس گروه مطالعات اقتصادی اداره امور مالیاتی قابلیت حمایت در قالب استارتاپ ها را در این طرح اعلام نمودند. آقای بهنام فر، سرپرست توسعه بازرگانی اداره کل جهاد کشاورزی استان، به شاخص های تاثیرگذار در برندینگ شهری بجنورد را با محوریت کشاورزی و گردشگری در تاکستان های دیم بدرانلو اضافه نمودند. ایشان برای ارائه تمایزات و نقاط قوت و انحصاری تاکستان های بجنورد در مقایسه با تاکستان های دیگر شهرها و کشورها در جلسه آینده قبول زحمت فرمودند.

خانم محروقی نماینده اتاق بازرگانی بجنورد از ظرفیت اتاق گفتگوی بازرگانی برای توسعه ارتباطی با استانهای شرق کشور برای تبادلات و تعاملات شهری یاد کردند. ارزیابی تأثیر برند و شعار را نیز در اقتصاد شهری حایز اهمیت دانستند.

رئیس اداره نظارت و نماینده اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان، آقای نوری مطلق نقش فناوری اطلاعات را در حوزه برندینگ بسیار محوری و کلیدی دانستند و اثر مستقیم آن در تسریع و تسهیل و تنویر و توسعه مخاطب اجتناب ناپذیر دانستند. لزوم وجود مرکز تولید محتوا در کسب و کار دیجیتال در استان را برای جا انداختن برندینگ ضروری دانستند.

آقای معصومی محقق و مولف کتاب در جستجوی هویت شهری و سردبیر نشریه خانه هنر بجنورد نیز به نیاز به ورود به حوزه معماری شهری در این حوزه پرداختند.

آقای ابراهیمی عضو کمیته اجرایی به مصادیق آلمان و اماکن خدمات شهری اشاره نمودند. آقای شریعت منش از دفتر نمایندگی وزارت خارجه نیز به لزوم معرفی محورهای برندینگ در قالب های بسته بندی جهت معرفی تاکید نمودند .

آقای دکتر مقدمی مدیریت دفتر سرمایه گذاری ضمن تقدیر از اقدام شایسته و عمیق مرکز آموزش و پژوهش شورای اسلامی شهر بجنورد، زحمت به اشتراک گذاری مطالعه سال ۱۳۹۷ را با اعضای جلسه قبول کردند. آمادگی واگذاری مطالعات جامع برندینگ را با دانشگاه بجنورد را از سوی شهرداری اعلام کردند. پایان جلسه با جمع بندی رییس مرکز آموزش و پژوهش و توصیه های آقای دکتر دانشوری در خصوص مرزبندی کمرنگ مفاهیم مورد بحث خاتمه یافت.

جلسه با ذکر صلوات بر محمد و آل محمد (ص) ساعت ۱۰ خاتمه یافت.

حاضرین جلسه:

- ۱- سید محسن موسوی
- ۲- روح الله بابکی
- ۳- قدیر امانی
- ۴- مریم محروقی
- ۵- صادق پرتانی
- ۶- احمد مقدمی
- ۷- یوسف یعقوبی نژاد
- ۸- محسن قلی زاده
- ۹- علی بهنام فر
- ۱۰- هادی کاهانی
- ۱۱- علی دانشوری
- ۱۲- شریعت منش
- ۱۳- محمد نوری مطلق
- ۱۴- سعید معصومی
- ۱۵- ابراهیم رحمتی