

رویداد

تمدید دوباره مجوز اپراتور ایجادکننده شبکه علمی

● **شرق:** پروانه سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران برای پنج سال دیگر برای ایجاد و بهره‌برداری از شبکه علمی کشور تمدید شد. این پروانه در راستای ضوابط مصوبه جلسه شماره ۱۰۱ در سال ۸۹ کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات و با اعتبار اولیه پنج‌ساله به صورت غیرانحصاری اعطا شد. قرار بود با اجرائی شدن این پروژه، همه دانشگاه‌ها و مراکز علمی که محتوای ارزشمند تولید می‌کنند به این شبکه متصل شوند و به اعتقاد مسئولان وقت رگولاتوری ارتباطات، این پروانه لازمه اجرائی‌شدن نقشه جامع علمی کشور بود. دولت در زمان اعطای این پروانه اعلام کرد بعد از این دوره آموزشی (پنج‌ساله) و پس از ارائه گزارش و با تصویب کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، این اعتبار برای دوره‌های پنج ساله قابل تمدید است.
باین‌حال، اکنون پروانه بهره‌برداری از شبکه علمی کشور برای پنج سال دیگر تمدید شده است و سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران تا تیرماه سال ۱۴۰۰ اجازه بهره‌برداری از این شبکه را دارد.

افزایش نقاط اتصال ارتباطات بین‌الملل ایران و عراق

● **شرق:** معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به افزایش ظرفیت ارتباطی ایران و عراق، از راه‌اندازی دو نقطه اتصال جدید ارتباطی در درگاه‌های مرزی «بدره» و «شیب» خبر داد.
محمدجواد آذری جهرمی در ادامه راینی‌ها برای تسهیل ارتباطات ایام اربعین با کریم مرغل‌شبی، قائم‌مقام وزیر ارتباطات عراق و صالح حسن‌علی، مدیرکل شرکت ITPC عراق، که به همراه هیات ارتباطات این کشور به تهران سفر کرده‌اند، دیدار کرد. او در این دیدار گفت: شرکت ارتباطات زیرساخت به منظور تسهیل ارتباطات زائران اربعین، ظرفیت ارتباطی خود را در نقطه مرزی «بدره» به یک ISTM افزایش داده است که در صورت راه‌اندازی نقطه اتصال جدید ارتباطی در درگاه مرزی «شیب»، نقاط اتصال بین‌الملل ایران و عراق به شش منطقه افزایش خواهد یافت. او از اپراتورهای ارتباطی عراق درخواست کرد که اگر بسته‌های مصرفی مکالمه و دیدای مناسب برای مشترکان ایرانی دارند، نسبت به اطلاع‌رسانی آن برای استفاده زائران اقدام کنند.
مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت از هیات عراقی خواست برای استفاده بیشتر زائران ایرانی از دیگر تسهیلات ارتباطی، پیام‌های اطلاع‌رسانی و فعال‌سازی آن را به زبان فارسی ارائه کنند.
ارائه سیم‌کارت‌های اپراتورهای زین، آسیاسل و کتیل به زائران ایرانی هنگام صدور رواید و فعال‌شدن این سیم‌کارت‌ها در عراق، از دیگر توافقات این نشست بود.

برنامه گپ گروهی مایکروسافت برای صاحبان مشاغل

● **مهر:** مایکروسافت از تازه‌ترین برنامه خود برای استفاده صاحبان مشاغل رونمایی کرده است. این برنامه که Teams نام دارد، شباهت زیادی به برنامه Slack دارد که می‌توان از آن برای گپ گروهی استفاده کرد.
براساس گزارش تکراردار، مایکروسافت می‌گوید با استفاده از برنامه یادشده میزان بهره‌وری در شرکت‌های تجاری و محیط‌های کاری افزایش می‌یابد. البته با توجه به عرضه برنامه‌های آفیس و اوت‌لوک به وسیله مایکروسافت که کارکردهای حرفه‌ای زیادی دارد، عرضه یک برنامه گپ سازگار همراه با این دو برنامه می‌تواند توان رقابتی این شرکت را در بازار افزایش دهد.
کار مشترک روی اسناد و دیگر فایل‌ها در داخل محیط برنامه Teams، از جمله مزایای آن است. همچنین از داخل Teams می‌توان به فایل‌های SharePoint هم دسترسی پیدا کرد.
بنابراین Slack قابلیت رقابت خود را در برابر Teams از دست می‌دهد. کاربران به‌راحتی می‌توانند اعضای را به گروه‌های بحث خود در Teams بیفزایند یا اعضا را حذف کنند.

استفاده از پهباد برای هک کردن چراغ‌های هوشمند

● **فارس:** محققان دانشگاه Dalhousie در کشور کانادا با استفاده از یک آسیب‌پذیری در لوازم خانگی هوشمند و بی‌سیم توانسته‌اند چراغ‌های هوشمند Philips Hue شرکت فیلیپس را هک کنند.
براساس گزارش پی‌سی‌مگ، این موفقیت ناشی از ضعف یک پروتکل رادیویی موسوم به ZigBee است که یک استاندارد ارتباطی بی‌سیم مورد استفاده در لوازم خانگی هوشمند و به‌ویژه لامپ‌های هوشمند به حساب می‌آید. با توجه به گذشت دو دهه از ابداع استاندارد یادشده و ضعف‌های آن می‌توان کرم‌های رایانه‌ای خاصی طراحی کرد که بتوانند نرم‌افزارهای مبتنی بر ZigBee را هدف قرار دهند. می‌توان تصور کرد در آینده و با گسترش استفاده از چراغ‌های هوشمند که با توجه به میزان روشنایی محیط روشن خاموش می‌شوند، با سوءاستفاده از مشکل مذکور بتوان اختلال جدی در سیستم روشنایی شهرها ایجاد کرد.
محققان برای بررسی میزان آسیب‌پذیری لامپ‌های هوشمند پهبادی را به پرواز درآوردند و موفق شدند آنها را از فاصله ۳۲۲ متری خاموش کنند. شرکت فیلیپس می‌گوید از مشکل یادشده آگاه شده و در تلاش است آن را برطرف کند.



گزارش‌ها نشان می‌دهد بین دو منظره اول ریاست جمهوری در آمریکا، یک‌سوم توئیتهای طرفدار ترامپ و حدود یک‌پنجم توئیتهای طرفدار کلینتون از حساب‌های اتوماتیک ارسال شد. به‌تازگی سخنگوی سیاسی حزب محافظه‌کار، اسکاتی نیل هوکز نیز ارزش نسبی اعداد را این‌گونه بیان کرد: «تنها جایی که ترامپ صادقانه در آن بازنده شده، در رای‌گیری‌های آزمایشی بوده است. شما این‌را در تظاهرات‌های مردمی یا در شبکه‌های اجتماعی نمی‌بینید؛ عکس آن، در این رسانه‌ها ترامپ دو یا سه برابر محبوب‌تر از کلینتون است».
ترامپ نیز به این موضوع اشاره کرده است. در اولین مناظره‌اش، از پشتوانه ۲۰ میلیون نفری خود در فیس‌بوک و توئیتر به عنوان نشانی از محبوبیت خود صحبت کرد. در همین حال، کمپین کلینتون به اسناد برد خود در رای‌گیری‌های آزمایشی تکیه دارد. تمام این اعداد- دنبال‌کننده‌های شبکه‌های اجتماعی، رای‌گیری‌ها یا آمار- تنها ابزارهایی هستند در دست سیاستمداران. کمپین‌های سیاسی در جهان از روایات‌ها و نرم‌افزارهای طراحی‌شده برای انجام خودکار عملیات به‌صورت آنلاین، به عنوان روشی برای بازی رای‌گیری اینترنتی و ترافیک رسانه‌ای مصنوعی، استفاده می‌کنند. تحلیل‌های اخیر از سوی تیم تحقیقاتی دانشگاه آکسفورد نشان می‌دهد که بیش از یک‌سوم توئیتهای طرفداران ترامپ و یک‌پنجم توئیتهای طرفداران کلینتون بین مناظره اول و دوم آنها از جانب روایات‌ها ارسال شده که در کل حدود یک میلیون توئیتهای بوده است. تحقیقات نشان می‌دهد که میزان دنبال‌کننده‌های شبکه‌های اجتماعی هر دو کاندیدا به‌شدت اغراق‌شده و مصنوعی است. به گزارش سایبربان، روایات‌ها به‌سادگی به وسیله خدمات API توئیتر طراحی می‌شوند و هرکسی با دانش اولیه در مورد برنامه‌نویسی می‌تواند از آنها استفاده کند. افراد پرحاشیه

دیدگاه

بازاریابی شبکه‌ای و افزایش اشتغال‌زایی

۲- توزیع فیزیکی محصولات: یعنی از طریق یک شبکه توزیع کارآآمد، محصولات را در معرض دید مشتریان قرار دهیم.
برای انجام این دو کار، روش‌های مختلفی وجود دارد:

بازاریابی شبکه‌ای (Network marketing) یا بازاریابی چندسطحی (Multi level market-ing)، نوعی شیوه فروش است که در آن شرکت‌ها محصولات خود را بدون تبلیغات و بدون واسطه به فروش می‌رسانند و مشتریان پس از خرید در صورت تمایل می‌توانند محصولات شرکت را بازاریابی کنند و سود بگیرند. درآمد در بازاریابی شبکه‌ای هم در ازای فروش مستقیم کالا و هم در ازای فروش از طریق ایجاد سازمان فروش کسب می‌شود. در این نوع از فروش، بازاریاب‌ها به صورت تبلیغات کلامی یا تبلیغات چهره به چهره اقدام به فروش محصولات شرکت می‌کنند. هر تجارتی به‌منظور دستیابی به اهداف تعیین‌شده خود نیازمند قرارگرفتن در مسیر مشخص و تعریف‌شده است تا بتواند اثرات مثبت خود را در شاخصه‌های اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی جامعه نمایان کند. بازاریابی شبکه‌ای به عنوان پدیده‌ای شاید هنوز ناشناخته در فرهنگ ایران سال‌هاست که در کنار ما زیسته و تلاش کرده جایگاه خود را در معادلات اقتصادی کشور بیابد. ایده بازاریابی شبکه‌ای از فرمول تصاعد گرفته شد که به وسیله فیثاغورس و اقلیدس در کتاب معروف «مقدمات» به جهان معرفی شد. جان پل گتی، ثروتمندترین مرد آمریکایی در سال ۱۹۵۷ میلادی بود و برای اولین بار اعلام کرد: «من ترجیح می‌دهم از یک درصد تلاش صد نفر استفاده کنم تا اینکه از صددرصد تلاش خودم». این ایده که اهرم نام دارد، امروزه پایه‌گذار فلسفه بازاریابی شبکه‌ای شده است. صنعت بازاریابی شبکه‌ای براساس استفاده درصد بالای افراد از شبکه‌های اینترنتی راهکاری است برای افزایش اشتغال‌زایی و فرصت طلایی برای کسب درآمد انفعالی.

فلسفه فروش بازاریابی شبکه‌ای

فرض کنید شرکتی داریم و قصد داریم محصولات خود را بفروشیم. مسلماً انتخاب‌های متفاوتی داریم. اما هر روشی که انتخاب کنیم، در نهایت باید این دو کار را به موازات یکدیگر انجام دهیم:

۱- توزیع ذهنی محصولات: یعنی مشتریان را از وجود محصولات مطلع و آنها را تشویق به خرید کنیم.

آی تی

وقتی توئیتر ابزار حمایتی نامزدهای انتخاباتی آمریکا می‌شود

روبات‌ها عضو جدید کمپین‌های تبلیغاتی



روبات طرفدار ترامپ @amrightnow نام دارد و بیش از ۳۳ هزار دنبال‌کننده و هرزنامه بر ضد کلینتون در توئیتر ایجاد کرده است. این روایات بیش از یک‌هزارو ۲۰۰ پست در مناظره آخر منتشر کرد. رقیب او روایاتی به نام @loserDonldTrump در اختیار دارد که پست‌های با هشتک #realDonaldTrump را منتشر می‌کند، این روایات روزانه دو هزار توئیتهای ارسال می‌کند. این اسناد بخش کوچکی از میلیون‌ها برنامه جبهه‌دار پست‌پرده برای کنترل افکار هستند.

این روایات‌ها همچنین افراد و گروه‌هایی را که بخواهند ضد آنها چیزی منتشر کنند، سرکوب می‌کنند. نشان می‌دهند. این مارپیچ بی‌صدا، منجر به مباحث و تضادهای بیشتری در سیاست می‌شود. به‌علاوه، روایات‌ها برخی از کاربران را محبوب‌تر و برخی را منفورتر می‌کند.

گرچه بسیاری از مردم نگران افزایش این روایات‌ها هستند، نباید فراموش کرد که بسیاری از فناوری‌های رایج ابتدا برای اهداف سیاسی طراحی شده بودند. در اروپا، صنعت چاپ برای ترویج فرهنگ جنگ بین مسیحیان پروتستان و کاتولیک مورد استفاده بود. مارتین لوتر

کرچه بسیاری از مردم نگران افزایش این روایات‌ها هستند، نباید فراموش کرد که بسیاری از فناوری‌های رایج ابتدا برای اهداف سیاسی طراحی شده بودند. در اروپا، صنعت چاپ برای ترویج فرهنگ جنگ بین مسیحیان پروتستان و کاتولیک مورد استفاده بود. مارتین لوتر (Martin Luther) یک کشیش مهم در جنبش «اصلاح پروتستان»، اولین کسی بود که از این فناوری برای انتشار هزاران انجیل با ترجمه آلمانی، استفاده کرد. این اقدام لوتر، ملی‌گرایان آلمانی را به جنب‌وجوش انداخت و باعث افزایش تنش‌ها بین مذاهب شد. در نسل‌های بعد و پس از رواج صنعت چاپ، این موضوع به ابزاری برای مبارزه با ظلم اجتماعی و حقوق بشر تبدیل شد. شرکت‌های فناوری درحال‌حاضر روی روایات‌های اقتصادی سرمایه‌گذاری کرده‌اند که به نظر برخی می‌تواند آینده ارتباطات دیجیتال باشد. روایات‌ها برای اهدافی مانند کمک به پیام‌رسان فیس‌بوک یا سکوهایی مانند Kilk و پریسکوپ طراحی می‌شوند که بر تجربه کاربر نسبت به عرضه و تقاضا تأثیر دارد، از خرید بلیت گرفته تا بررسی وضعیت آب‌وهوا.

پهنای باند
مسیر اختصاصی شما

اینترنت یک، آسیاتک

شرایط فروش، درجه یک

۱۵۴۴ asiotech.ir

بزرگترین دیتاسنتر محتوایی در کشور