

۱۴۰۳

# معرفی نامهٔ رویداد دانشجویی دیتاونچر

دیتاونچر ۱۴۰۳ به میزبانی دانشگاه خاتم

آماده شده برای سازمان‌ها  
شماره‌ی تماس: ۰۹۱۹۶۹۷۳۱۱۹  
آدرس: میدان ونک، خیابان ملاصدرا، خیابان شیرازی،  
خیابان دانشور شرقی، دانشگاه خاتم  
ایمیل: [dataventure2024@gmail.com](mailto:dataventure2024@gmail.com)

# 2024 Data Venture

از دانش به درآمد، فرصت‌های جدید موفقیت

بخش‌های مختلف رویداد

وبینار

مسابقه

تو این رویداد چی به دست میاری:

- شبکه‌سازی و ارتباط با شرکت‌ها و دانشگاه‌های پیش‌رو
- آشنایی با مسیرهای پژوهشی و کاری نوظهور
- حمایت مالی برای یادگیری تحلیل داده در پایتون
- ارسال رزومه برای شرکت‌های فناوری برتر

اطلاعات وبینارها:

تاریخ: ۲۱ شهریور تا ۲۸ شهریور  
مکان: بستر مجازی - اسکای روم

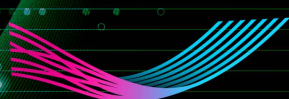
اطلاعات مسابقه:

موضوع: تحلیل داده و هوش مصنوعی  
مجموع ارزش جوایز: ۳۴۰ میلیون تومان  
تاریخ: ۲۳ شهریور - غیرحضور  
۲۹ شهریور - حضوری

اطلاعات بیشتر و ثبت‌نام



Data Venture 2024



TEIAS | Tehran Institute for  
Advanced Studies



دانشگاه تهران



Data Venture 2024



dataventure.io



# قصه چیست؟

## ارتباط صنعت و دانشگاه

یکی از مسائل مهم هم برای دانشگاه و هم برای صنعت، روابط میان آنهاست. یکی از هدف‌های دانش‌اندوزی و مهارت‌اندوزی حل مسئله، ارزش‌آفرینی و خلق ثروت است. با توجه به شرایط موجود و فاصله‌ی بین نیازمندی‌های صنایع و فضای دانشگاهی، نیاز به توجه ویژه و توسعه‌ی این روابط وجود دارد.

## رویکرد داده‌محور در سازمان‌ها

تحلیل داده یکی از رویکردهای به روز در توسعه‌ی صنایع مختلف در دنیاست. این در حالیست که نسبت به فرایندهای این رویکرد، تاثیر آن در خلق ثروت، راه‌ها و روش‌های به کارگیری آن و نحوه‌ی سازگاری با آن چندان توجهی نشده است.

در دیتاوانچر ۱۴۰۳ به این دو محور اصلی خواهیم پرداخت. در ادامه با معرفی بخش‌های مختلف رویداد امسال چگونگی این کار را خواهیم دید.

# ما که هستیم؟



## برگزارکننده و اعضای هیئت علمی

دانشگاه خاتم و مؤسسه‌ی تیاس برگزارکننده‌ی دیتاوانچر ۱۴۰۳ هستند که محل برگزاری، بخشی از هزینه‌ها و حمایت اجرایی را فراهم کرده‌اند. همچنین با حضور اساتید این دو مجموعه، حمایت علمی در بخش‌های مختلف رویداد نیز وجود دارد.

۲۰

نفر

۶

تیم

+۳

دانشگاه

## سابقه‌ی اجرایی

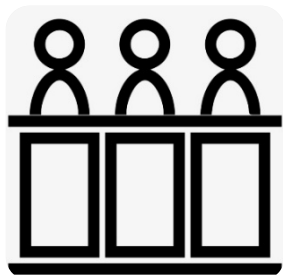
تیم دانشجویان سابقه‌ی برگزاری رویدادهای الگوریتم، هوش مصنوعی، مهندسی نرم‌افزار، دیتاساینس و سمینار در سطح کشوری را در کارنامه‌ی خود دارند.

## دانشجویان

دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف، شهید بهشتی، امیرکبیر و دانشگاه‌های دیگر تیم دانشجویی برگزاری دوره‌ی اول این رویداد را تشکیل می‌دهند. برندینگ، علمی و اجرایی از جمله تیم‌های پشت صحنه هستند. افراد این تیم از مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد در رشته‌های آمار، علوم کامپیوتر، مهندسی کامپیوتر، هوش مصنوعی و دیتاساینس هستند.

# بخش‌ها

در هر سه بخش تمرکز بر ارتباط صنعت و دانشگاه است.



## گفت‌وگو

سخنرانی‌هایی به شکل آنلاین در طی روزهای منتهی به رویداد انجام خواهد شد. برای این بخش از افراد برجسته‌ی مدیریتی، آکادمیک و صنعتی در داخل و خارج از کشور و هم‌منظور سرمایه‌گذاران دعوت خواهیم کرد تا سخنرانی کنند. موضوعات تجارب به کارگیری تحلیل داده در سازمان، چرایی استفاده از آن و اهمیت این رویکرد است.



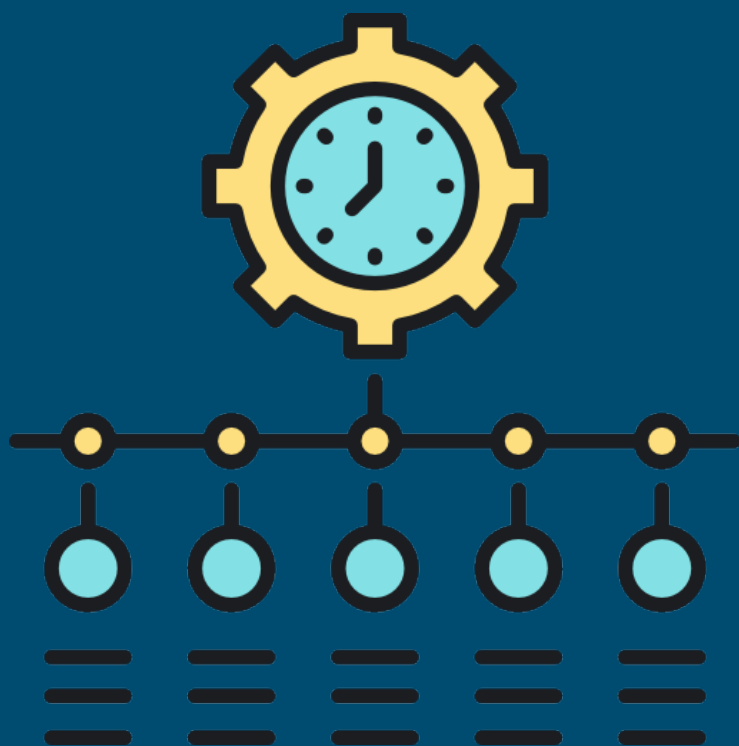
## شبکه‌سازی

در تنها روز حضوری رویداد، حدود سه ساعت افراد در سالنی مناسب به شبکه‌سازی و تبادل نظر می‌پردازند. گروه‌های مختلف دانشگاهی و شرکتی در غرفه‌های خود می‌توانند فعالیت خود را پیش برده و مدیریت کنند. این بخش به لحاظ جستجوی فرصت‌های همکاری بین گروه‌های مختلف بخشی کلیدی‌ست.



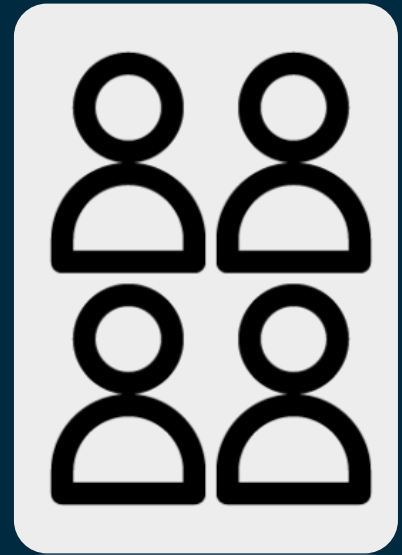
## مسابقه

مسابقه‌ی تحلیلی داده و یادگیری ماشین در دو مرحله‌ی غیرحضوری و حضوری به میزبانی دانشگاه خاتم برگزار خواهد شد. در این مسابقه افراد دانش و مهارت خود را محک می‌زنند و با توجه به عملکرد خود می‌توانند با شرکت‌های مختلف برای استخدام شدن وارد مذاکره شوند. این مسابقه با توجه به نیازمندی‌های حوزه‌ی فناوری طراحی خواهد شد. نفرات برتر جوایزی به ارزش مجموعاً ۶۰ میلیون تومان دریافت خواهند کرد.



## زمان بندی

- مرحله‌ی ابتدایی و غیرحضورى مسابقه ----- ۲۳ شهریور ماه
- مرحله‌ی نهایی و حضورى مسابقه ----- ۲۹ شهریور ماه
- شبکه سازی حضورى ----- ۲۹ شهریور ماه
- وبینارها: ----- ۲۱ الی ۲۸ شهریور ماه



## شرکت‌کنندگان

شرکت‌کنندگان شامل اساتید دانشگاه‌های مختلف، سازمان‌های مختلف و همین‌طور علاقه‌مندان به تحلیل داده است. همچنین برای شرکت در مسابقه محدودیت خاصی وجود ندارد و تمرکز رویداد بر روی دانشجویان دانشگاه‌های تهران است.

با توجه به استقبال مخاطبین از رویدادهای دیتادیز و سری سمینارهای زمستانی دانشگاه صنعتی شریف، تخمین می‌زنیم بیش از ۱۰۰۰ نفر در مرحله‌ی غیرحضوری ثبت‌نام کرده و حدود ۱۲۰ نفر به مرحله‌ی حضوری راه یابند. این افراد در گروه‌های حداکثر سه نفره در مسابقه شرکت خواهند کرد.



# فرصت مسابقه

## دیتاست و طراحی چالش

این فرصت وجود دارد تا دیتاستی که در مسابقه زیر ذره‌بین تحلیل شرکت‌کنندگان می‌رود از سمت سازمان‌ها فراهم شود. این دیتاست می‌تواند دیتای واقعی و یا دیتای شبیه‌سازی شده باشد. همچنین تسک‌ها و تحلیل‌های مدنظر سازمان‌ها شانس ورود به مسابقه و پرسیده شدن از شرکت‌کنندگان را دارد.

- شناخت بهتر افراد برای جذب و استخدام
- جمع‌آوری دیدگاه‌ها و تحلیل‌های متنوع برای مسائل خود
- برندینگ و بازاریابی
- ارزیابی عملکرد سیستم‌های فعلی نسبت به عملکرد شرکت‌کنندگان



# جذب و استخدام

---



## دسترسی به افراد توانمند

سازمان‌ها می‌توانند به اطلاعات تماس و عملکرد شرکت‌کنندگان در مسابقه دسترسی داشته و برای بوت‌کمپ‌ها، دوره‌های کارآموزی و همچنین جذب و استخدام با آن‌ها وارد مذاکره شوند.

تقویت talent pool با شرکت‌کنندگان، اطلاع‌رسانی‌های هدفمند بین شرکت‌کنندگان و همچنین بررسی توانمندی‌ها و نیازهای شرکت‌کنندگان از جمله مواردی است که برای شما می‌تواند جذاب باشد.

# جستجوی فرصت‌ها در شبکه‌سازی



## توسعه‌ی روابط

افراد حاضر در این بخش این فرصت را دارند تا ارتباط‌گیری با افراد مختلف را پیش ببرند. این کار موجب می‌شود تا در شرایط و مقاطع مختلف به افراد مناسب دسترسی‌های لازم را داشته باشیم. از جمله‌ی این مقاطع می‌توان به فرصت‌های سرمایه‌گذاری، جذب و استخدام و همچنین پروژه‌های مشترک اشاره کرد.



## هم‌افزایی

گروه‌های مختلف دانشگاهی و سازمان‌ها با صحبت در مورد چالش‌ها و راهکارهایی که در پیش گرفته‌اند، باعث افزایش آگاهی از راه‌حل‌های موجود در گروه‌های مختلف شده و به صورت کلی یک ارزیابی حدودی از جایگاه و مسیر خود در بین گروه‌های مختلف کسب کنند. به عنوان مثال ارائه‌ی روشی مورد استفاده در یک سازمان می‌تواند برای اساتید دانشگاه و سایر سازمان‌ها جذاب باشد و زمینه‌ساز شکل‌های مختلفی از رشد برای همگان باشد.



## فرصت‌های همکاری

سازمان‌ها می‌توانند در زمان شبکه‌سازی و یا حتی قبل از آن، نیازمندی‌های خود را مطرح کنند و با گروه‌های مختلف در مورد شرایط همکاری وارد مذاکره و گفت‌وگو شوند. همچنین در جهت عکس، یعنی با آگاهی نسبت به نیازمندی‌ها و تمایل گروه‌های مختلف هر سازمان می‌تواند ابراز علاقه کرده و در مورد شرایط همکاری وارد مذاکره شود. **ارائه‌ی محصولات، بازاریابی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری** از جمله عناوینی مطرح در این راستا هستند.

# برندینگ

## حمایت از توسعهی روابط صنعت و دانشگاه

یکی از ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی، نرخ بازدهی مناسب تحصیلات مدرسه و دانشگاهی در ارزش‌آفرینی است. با تغییراتی که در دنیای مدرن شاهد هستیم، نیاز به تقویت این ارتباط وجود دارد و حمایت از چنین فرصتی می‌تواند تصویری به روز، آگاه و قابل دسترس در ذهن مخاطبان ایجاد کند.

## حضور در رویدادهای دانشجویی

توجه یک سازمان به رویدادهای دانشجویی و حمایت از آن، باعث ایجاد تصویری مثبت و هم‌فکر در ذهن دانشجویان می‌شود. دانشجویان به مجموعه‌هایی که در رویدادهای آن‌ها شرکت می‌کنند، توجه بیشتری به هنگام اطلاع‌رسانی فرصت‌ها و کارجویی دارند.

## توسعهی بازار

حضور در چنین رویدادی می‌تواند سازمان را به عنوان یکی از سازمان‌های حامی توسعهی بازار و رونق ارزش‌آفرینی معرفی کند. توسعهی بازار به معنی توجه بیشتر به و سرمایه‌گذاری بر روی فرصت‌ها و رشد استعدادها در صنعت است.

## بازاریابی هدفمند

سازمان‌ها با حضور در این رویداد می‌توانند بازاریابی نسبتاً هدفمندی در مورد جذب توجه افراد با استعداد در جمع‌ها و دانشگاه‌های مختلف داشته باشند.



# مسئولیت اجتماعی و اثرگذاری



با توجه به بخش‌های معرفی شده، افراد برگزارکننده، افراد سخنران، دو محور اصلی این رویداد و همچنین افراد شرکت‌کننده در رویداد می‌توان گفت این رویداد در خصوص ارتباط بین صنعت و دانشگاه گامی حساب‌شده و با برنامه برمی‌دارد. در این رویداد همچنین از ظرفیت‌های شرکت‌هایی که از رویکرد تحلیل داده استفاده می‌کنند، در حال ایجاد سازگاری با این رویکرد هستند و یا از این رویکرد استفاده نمی‌کنند و نسبت به آن علاقه‌مند هستند، بنا به موقعیت آن‌ها استفاده خواهد شد. این کار به لحاظ تبادل دانش و تجربیات گامی بسیار بزرگ است و امید داریم بتوانیم با ارزیابی وضعیت پس از رویداد نیز گام‌های مناسب بعدی را برداریم.