المقدمة:

تُعد المنصات الإلكترونية أحد الأعمدة الأساسية في التحول الرقمي والابتكار المؤسسي، ويكتسب تطويرها وإدارتها أهمية متزايدة في مختلف القطاعات. تستعرض هذه الدورة التدريبية المتقدمة مجموعة متكاملة من المهارات المعرفية والتطبيقية في مجال إدارة المنصات الإلكترونية وتطويرها، مع تركيز خاص على الاستراتيجيات المعمارية للقنوات، وتصميمها، وتسويق الشراكات المعمارية، بالإضافة إلى دراسة تفضيلات المنتجات لدى المستهلكين.

كما تهدف الدورة إلى تمكين المشاركين من مهارات متقدمة في إدارة النزاعات داخل فرق العمل، وقياس الأداء التشغيلي، وضمان جودة التفاعل مع العملاء عبر المنصات الرقمية. تجمع هذه الدورة بين الجوانب التقنية، والتسويقية، والإدارية، لتمنح المشاركين أدوات عملية متقدمة لتطوير أداء المنصات بشكل احترافي.

الفئات المستهدفة:

- مدراء تكنولوجيا المعلومات (IT Managers) الذين يقودون عمليات التحول الرقمي داخل مؤسساتهم.
- مهندسو نظم المعلومات ومسؤولو البنية التحتية الرقمية.
- مدراء المشاريع التقنية والتطوير البرمجي.
- المتخصصون في التسويق الرقمي الذين يعملون على إدارة واجهات العملاء الإلكترونية.
- مطورو البرمجيات ومهندسو التطبيقات الذين يشاركون في تصميم وتطوير المنصات.
- مسؤولو الجودة وخدمة العملاء الذين يتعاملون مع تجارب المستخدم على المنصات الإلكترونية.

الأهداف التدريبية:

بنهاية البرنامج التدريبي، سيتمكن المشاركون من:

- تصميم وتطوير وتنفيذ استراتيجيات فاعلة للقنوات المعمارية الرقمية.
- بناء قنوات متكاملة ومتوافقة مع الأهداف الهندسية والمعمارية للمؤسسة.
- تطبيق أحدث الأساليب في تسويق الشراكات المعمارية وتحقيق أقصى قيمة ممكنة منها.
- تحليل تفضيلات العملاء من خلال بيانات موثوقة واستخدام النتائج في تصميم وتوجيه العروض.
- إدارة النزاعات داخل الفرق التقنية والإدارية باستخدام استراتيجيات علمية وفعالة.
- تطبيق منهجيات قياس ومراقبة الأداء التشغيلي بهدف التحسين المستمر.
- تحسين جودة المعاملات الإلكترونية وتجربة العملاء على المنصات الرقمية.
- تطوير بيئات عمل رقمية متكاملة تدعم التنسيق بين الفرق التقنية والتجارية.

الكفاءات المستهدفة:

- التفكير الاستراتيجي والتحليل المنهجي في تطوير القنوات والمنصات.
- مهارات التصميم المعماري للأنظمة الرقمية.
- إدارة التسويق والشراكات التقنية.
- تحليل البيانات واستقراء سلوك العملاء.
- إدارة النزاعات والتفاوض داخل بيئات العمل التقنية.
- قياس وتحليل الأداء عبر مؤشرات فعالة.
- تحسين الجودة التشغيلية وتجربة المستخدم.
- مهارات التنسيق والتعاون بين الفرق متعددة التخصصات.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: استراتيجيات القناة المعمارية

- **تعريف القناة المعمارية وأهميتها** في البنية التحتية الرقمية.
- **خطوات تطوير استراتيجية فعالة** تشمل دراسة الاحتياجات وتحديد الأهداف.
- **تحليل البيئة الخارجية** المؤثرة مثل السوق، المنافسة، والتكنولوجيا.
- **تحليل البيئة الداخلية** واستكشاف القدرات والموارد المتاحة.
- **صياغة الأهداف الاستراتيجية** بعيدة المدى وقابلة للقياس.
- **تنفيذ الاستراتيجية** باستخدام منهجيات حديثة في الإدارة الرقمية.
- **أدوات مراقبة وتقييم الاستراتيجية** لضمان التوافق مع الأهداف والمتغيرات.

الوحدة الثانية: تصميم القنوات المعمارية الرقمية

- **مبادئ التصميم المعماري** وأثرها في بناء منصات قوية وفعالة.
- **تحديد احتياجات المستخدم** من خلال تحليل تجارب العملاء.
- **التخطيط المسبق للتصميم** ووضع خارطة طريق للتنفيذ.
- **نماذج التصميم** (النموذجية، التكرارية، المستندة إلى المستخدم).
- **أدوات وتقنيات التصميم الحديثة** مثل Figma وSketch وWireframe Tools.
- **اختبار النموذج الأولي** عبر تجارب الاستخدام وتحليل الأداء.
- **الانتقال من النموذج الأولي إلى التنفيذ** الفعلي بكفاءة واستدامة.

الوحدة الثالثة: تسويق الشراكة المعمارية

- **فهم مفهوم الشراكة المعمارية** كأداة استراتيجية في تطوير المنصات.
- **بناء استراتيجية تسويق فعالة للشراكات** تركز على القيمة المتبادلة.
- **إدارة علاقات الشركاء** بشكل احترافي لضمان الاستمرارية والنجاح.
- **تطوير مهارات التفاوض والعقود** بما يعزز مكانة المؤسسة ويضمن الحقوق.
- **قياس نجاح الشراكات المعمارية** من خلال مؤشرات أداء واضحة.

الوحدة الرابعة: تحليل تفضيلات المنتجات الاستهلاكية

- **أهمية فهم تفضيلات العملاء** ودورها في توجيه القرارات التصميمية والتسويقية.
- **جمع بيانات العملاء** باستخدام أدوات مثل الاستبيانات والتحليلات الرقمية.
- **تحليل البيانات باستخدام أدوات حديثة** مثل Power BIg Google Analytics.
- **تطبيق نتائج التحليل** في تحسين تصميم المنصات والعروض التسويقية.
- **التكيف مع التغيرات السلوكية** من خلال مرونة استراتيجية واستجابة سريعة.

الوحدة الخامسة: إدارة الصراع داخل بيئات العمل التقنية

- **مقدمة في مفهوم إدارة الصراع** وأثره على إنتاجية الفرق.
- **أنواع الصراعات الشائعة** داخل المشاريع التقنية وبين الإدارات.
- **منهجيات حل النزاعات** مثل الوساطة، التفاوض، والحلول الإبداعية.
- **تعزيز التواصل الفعال** كعنصر أساسي لتقليل التوترات وتعزيز التعاون.
- **استخدام الذكاء العاطفي** وأدوات القيادة المرنة في معالجة الصراعات.