



الاحترافية في إدارة وتطوير المنصات الإلكترونية والاستراتيجيات المعمارية

19 - 23 سبتمبر 2027

دبي (الإمارات العربية المتحدة)



الاحترافية في إدارة وتطوير المنصات الإلكترونية والاستراتيجيات المعمارية

المرجع: 138201_120761 التاريخ: 19 - 23 سبتمبر 2027 المكان: دبي (الإمارات العربية المتحدة) الرسوم: Euro 4600

المقدمة:

تقدم هذه الدورة التدريبية المتقدمة مجموعة شاملة من المهارات والمعرفة الضرورية لإدارة وتطوير المنصات الإلكترونية والمعمارية، مع التركيز على استراتيجيات القناة المعمارية، تصميم القناة، تسويق الشراكة المعمارية، ومعرفة تفضيلات المنتجات الاستهلاكية. تهدف الدورة أيضًا إلى تعزيز مهارات إدارة الصراع، مراقبة وقياس الفعالية، وضمان جودة معالجة المعاملات العملاء على المنصات الإلكترونية.

الفئات المستهدفة:

- مدراء تكنولوجيا المعلومات.
- مهندسو نظم المعلومات.
- مدراء المشاريع التقنية.
- متخصصو التسويق الرقمي.
- مهندسو البرمجيات والتطبيقات.
- مسؤولو الجودة وخدمة العملاء.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطوير وتنفيذ استراتيجيات فعالة للقناة المعمارية.
- تصميم القنوات بما يتماشى مع الأهداف المعمارية.
- تطبيق أفضل الممارسات في تسويق الشراكة المعمارية.
- فهم تفضيلات المنتجات الاستهلاكية وتوجيه الجهود التسويقية بناءً عليها.
- إدارة الصراعات بشكل فعال ضمن الفرق والإدارات.
- مراقبة وقياس الفعالية لتحسين الأداء العام.
- تحسين وتطوير المنصات الإلكترونية بالتنسيق مع الإدارة المركزية.

الكفاءات المستهدفة:

- التفكير الاستراتيجي.
- التصميم المعماري.
- التسويق والشراكات.
- تحليل البيانات.
- إدارة الصراع.
- قياس الأداء.
- تحسين الجودة.
- التعاون والتنسيق.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، استراتيجية القناة المعمارية:

- مفهوم القناة المعمارية: تعريف وأهمية.
- تطوير الاستراتيجية خطوات عملية لتطوير استراتيجية فعالة.
- تحليل البيئة الخارجية تحليل القوى المؤثرة على القناة.
- تحليل البيئة الداخلية تقييم الموارد والقدرات الداخلية.
- تحديد الأهداف الاستراتيجية وضع الأهداف القصيرة والطويلة الأجل.
- تنفيذ الاستراتيجية منهجيات التنفيذ.
- مراقبة وتقييم الاستراتيجية أدوات وأساليب المراقبة.

الوحدة الثانية، تصميم القناة ومعماريته:

- مبادئ التصميم المعماري الأساسية والمبادئ.
- تحديد احتياجات المستخدم وجمع وتحليل المتطلبات.
- تخطيط التصميم خطوات التخطيط الفعال.
- نماذج التصميم أنواع وأمثلة.
- أدوات وتقنيات التصميم أدوات البرمجيات والتقنيات الحديثة.
- اختبار النموذج الأولي تقنيات الاختبار والتحليل.
- تنفيذ التصميم من النموذج الأولي إلى التنفيذ الفعلي.

الوحدة الثالثة، تسويق الشراكة المعمارية:

- مفهوم الشراكة المعمارية: تعريف وأهمية.
- استراتيجيات التسويق تطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويق الشراكات.
- إدارة العلاقات مع الشركاء بناء العلاقات القوية والمحافظة عليها.
- التفاوض والعقود مهارات التفاوض وتوقيع العقود.

الوحدة الرابعة، معرفة تفضيلات المنتجات الاستهلاكية:

- أهمية معرفة تفضيلات المستهلك كيف يؤثر ذلك على الاستراتيجية.
- جمع البيانات طرق جمع بيانات المستهلكين.
- تحليل البيانات أدوات وتقنيات التحليل.
- تطبيق النتائج كيفية تطبيق نتائج التحليل في التصميم والتسويق.
- التكيف مع التغيرات استراتيجيات التكيف مع التغيرات في تفضيلات المستهلك.

الوحدة الخامسة، الوحدة الخامسة: إدارة الصراع:

- مفهوم إدارة الصراع: تعريف وأهمية.
- أنواع الصراعات: تصنيف الصراعات وأسبابها.
- استراتيجيات حل الصراع: منهجيات وتقنيات.
- التواصل الفعال: دور التواصل في إدارة الصراع.