

شهادة الخبرة الجامعية  
التواصل وإدارة العلاقات التجارية  
من خلال الذكاء الاصطناعي



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## شهادة الخبرة الجامعية التواصل وإدارة العلاقات التجارية من خلال الذكاء الاصطناعي

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtitute.com/ae/artificial-intelligence/postgraduate-diploma/expert-communication-management-business-relationships-artificial-intelligence](http://www.techtitute.com/ae/artificial-intelligence/postgraduate-diploma/expert-communication-management-business-relationships-artificial-intelligence)

# الفهرس

01

المقدمة

ص. 4

02

الأهداف

ص. 8

03

هكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

ص. 12

04

الهكل والمحتوى

ص. 16

05

المنهجية

ص. 22

06

المؤهل العلمي

ص. 30

# المقدمة

تعد أتمتة التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي جانبًا أساسيًا للشركات في قطاع الاتصالات لعدة أسباب. من بينها، يسمح لك بالتعامل مع المهام المتكررة مثل إرسال رسائل البريد الإلكتروني للمتابعة أو جدولة المنشورات على الشبكات الاجتماعية أو تقييم النتائج. بالتالي، يتيح هذا للمحترفين مزيدًا من الوقت للتركيز على المهام الإستراتيجية. على نحو متصل، يمكن للأدوات الخاصة بهذه التكنولوجيا ضبط استراتيجيات الإعلان تلقائيًا في الوقت الفعلي، مما يؤدي إلى تعظيم العائد على الاستثمار (بما في ذلك تحسين عروض الأسعار، والميزات، واستهداف الإعلانات). لهذا السبب، تطلق TECH تدريبًا عبر الإنترنت يتعمق في تحسين العمليات من خلال الذكاء الاصطناعي.

قم بتخصيص عرض المبيعات من خلال  
540 ساعة من أفضل التدريس الرقمي"



في سياق الأعمال الذي يتسم بالقدرة التنافسية، تسعى المؤسسات إلى تحليل المحادثات والاتجاهات لفهم المستهلكين بالتفصيل. لهذا السبب، اكتسبت أنظمة التعلم الآلي أهمية خاصة. يرجع ذلك إلى تطبيقه لمراقبة العلامات التجارية، وبالتالي تتبع الإشارات إلى الشركات على الشبكات الاجتماعية لتقييم تصور الجمهور لمنتجاتها أو خدماتها. بالتالي، يمكن للأخصائيين وضع استراتيجيات شاملة للحفاظ على الصورة الإيجابية للمؤسسات ومعالجة أي مشاكل تنشأ في الوقت المناسب.

في مواجهة هذا الواقع، تقوم TECH بتطوير برنامج رائد يتعمق في تحليل بيانات الاتصالات لاتخاذ القرارات الإستراتيجية. سيقدم المنهج الدراسي للطلاب أحدث الأنظمة لتحديد وتقييم مشاعر المستخدمين. بالإضافة إلى ذلك، سيركز المنهج الدراسي على موقع البيانات الضخمة لتحليل الاتصالات. تماشيًا مع هذا، سيتناول المحتوى التعليمي حل المشكلات تلقائيًا باستخدام أدوات مثل Chatbots. سيعمل البرنامج أيضًا على تشجيع الخريجين على إجراء تحسينات في تجارب المستخدمين الرقمية، من أجل بناء ولاء العملاء. من ناحية أخرى، سيركز التدريب على المراقبة الآلية للمنافسين والمراقبة التنافسية التنبؤية.

تسمح المنهجية التربوية لإعادة التعلم (المعروفة بـ Relearning)، إلى جانب موارد الوسائط المتعددة، للطلاب بالوصول إلى المواد التعليمية 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع، وبطريقة مرنة. يتم تدريس هذا المؤهل العلمي 100% عبر الإنترنت، مما يعني أنه يمكن للطلاب التعلم بالسرعة التي تناسبهم ووفقًا لجدولهم الزمني. بالإضافة إلى ذلك، فإن المعلمين المميزين هم خبراء في الذكاء الاصطناعي في الاتصالات ولديهم خبرة واسعة في العمل والبحث. تعد شهادة الخبرة الجامعية هذه فرصة فريدة لمحترفي التسويق لتحسين مهاراتهم. بفضل التنسيق المبتكر والمحتوى المحدث، تقدم TECH تعليقًا صارمًا وعالي الجودة.

تحتوي شهادة الخبرة الجامعية هذه في التواصل وإدارة العلاقات التجارية من خلال الذكاء الاصطناعي على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدائث في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير حالات عملية يقدمها خبراء الذكاء الاصطناعي في التسويق والاتصال
- ♦ يجمع المحتوى الرسومي والتخطيطي والعملية البارز الذي تم تصميمه به معلومات كاملة وعملية عن تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية.
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها على المنهجيات المبتكرة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للحدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



ستكون قادرًا على التنبؤ بالاتجاهات  
السائدة في السوق لتطوير منتجات  
مبتكرة تميزك عن منافسيك.

ستجري التحليلات التنبؤية الأكثر تقدماً  
للتحقق من أداء إعلاناتك.

بفضل منهج إعادة التعلم (المعروف بـ Relearning)  
الثوري، سوف تقوم بدمج كل المعرفة بطريقة مثالية  
لتحقيق النتائج التي تبحث عنها بنجاح

قم بإنشاء لوحات معلومات تفاعلية لعرض  
البيانات والمقاييس ديناميكياً في مكان واحد"

البرنامج يضم في أعضاء هيئة تدريسه محترفين في المجال يصون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

# 02 الأهداف

بعد الانتهاء من هذا التدريب، سوف يتقن الخريجون تقنيات الذكاء الاصطناعي الناشئة لتحليل بيانات الاتصالات والتسويق. سيسمح لهم ذلك بتطوير عمليات التشغيل الآلي لتحسين الحملات الإعلانية المختلفة. بالإضافة إلى ذلك، سيستفيدون من الآراء التي يشاركها العملاء على الشبكات الاجتماعية لتحليل سلوكياتهم ومشاعرهم. بفضل هذا، سيتمكن الخبراء من التنبؤ باحتياجات المستهلكين وتطوير المنتجات التي تستجيب لهذه العوامل. لإثراء تجربة المستخدم، سيستخدمون مساعدين افتراضيين أثناء عملية البيع لحل استفساراتهم المختلفة بشكل استباقي.

تدريس بدون جداول زمنية محددة وبمنهج دراسي  
متاح من اليوم الأول. حدد وتيرة التعلم الخاصة بك!



## الأهداف العامة



- ♦ فهم أساسيات كيفية قيام الذكاء الاصطناعي بتحويل استراتيجيات التسويق الرقمي
- ♦ تطوير ودمج وإدارة روبوتات الدردشة (chatbots) والمساعدين الافتراضيين لتحسين التفاعل مع العملاء
- ♦ التعمق في أتمتة عملية شراء الإعلانات عبر الإنترنت وتحسينها من خلال الإعلانات الآلية باستخدام الذكاء الاصطناعي
- ♦ تفسير كميات كبيرة من البيانات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية في التسويق الرقمي
- ♦ تطبيق الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) لتخصيص الحملات وأتمتها
- ♦ استكشاف الاتجاهات الناشئة في الذكاء الاصطناعي للتسويق الرقمي وفهم تأثيرها المحتمل على الصناعة

## الأهداف المحددة



### وحدة 1. أتمتة وتحسين عمليات التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي

- تطوير عمليات أتمتة التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي
- دمج البيانات والمنصات في استراتيجيات التسويق الآلي
- تحسين الحملات الإعلانية من خلال التعلم الآلي
- تحليل المشاعر باستخدام الذكاء الاصطناعي في الشبكات الاجتماعية، مع الاستفادة من ردود أفعال (feedback) العملاء

### وحدة 2. تحليل بيانات الاتصالات والتسويق لاتخاذ القرار

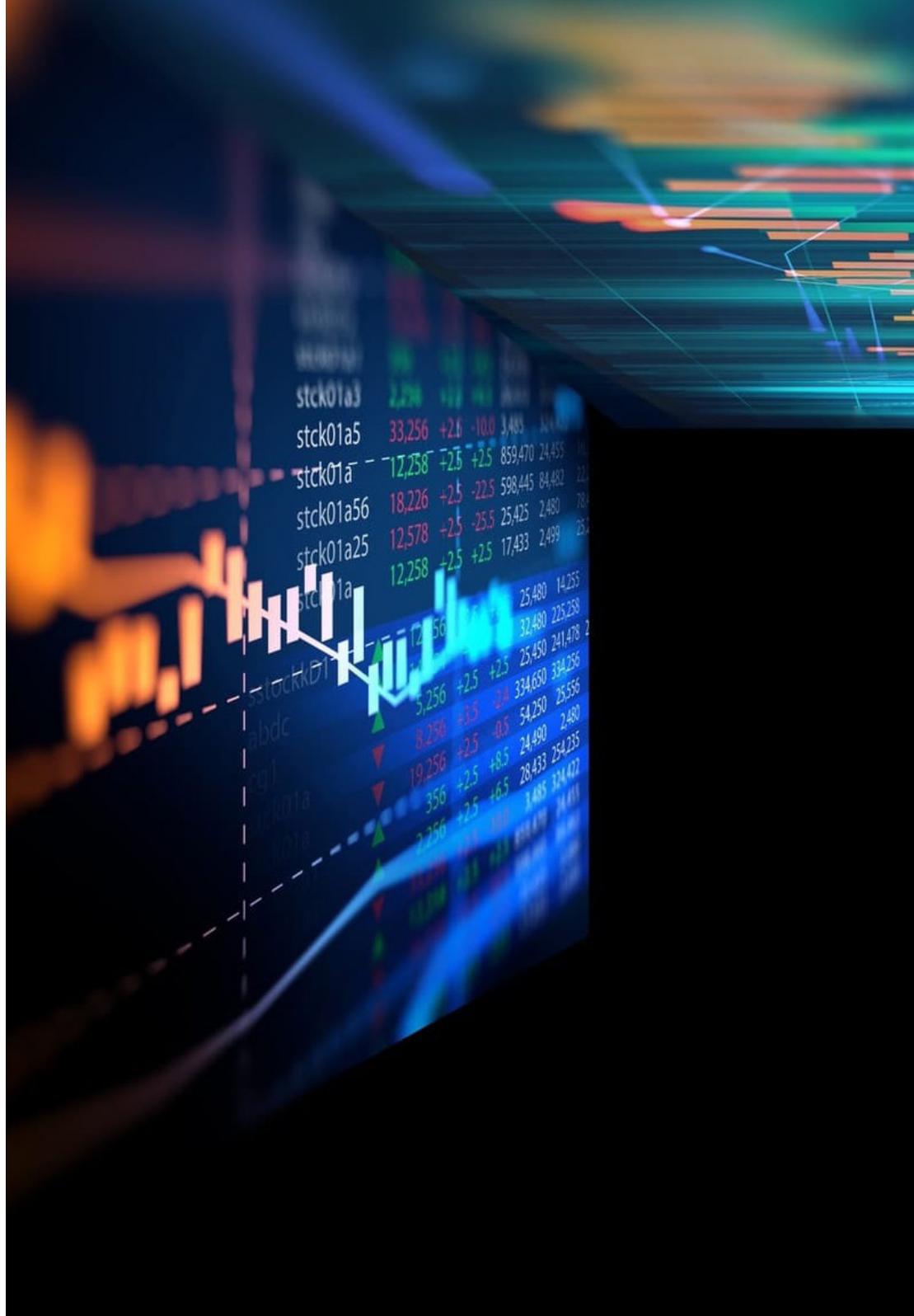
- إتقان تقنيات محددة لتحليل بيانات الاتصالات والتسويق
- تطبيق الذكاء الاصطناعي في تحليل كميات كبيرة من البيانات
- تطوير التحليل التنبؤي لاتخاذ قرارات مستنيرة
- تحسين استراتيجيات التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي

### وحدة 3. المبيعات وتوليد العملاء المحتملين (Leads) باستخدام الذكاء الاصطناعي

- رعاية إجراءات الأداة لإنشاء عملاء محتملين (Leads) باستخدام الذكاء الاصطناعي
- تنفيذ المساعدين الظاهريين في عمليات المبيعات
- التنبؤ باحتياجات المستهلك من خلال التعلم الآلي
- معرفة الابتكارات والتنبؤات الرئيسية في مجال المبيعات



استمتع بأحدث المحتوى الأكاديمي على  
الساحة التعليمية، والمتوفر بتنسيقات  
الوسائط المتعددة المبتكرة لتحسين دراستك



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

لتصميم وتقديم هذا البرنامج، جمعت TECH فريقاً من المحترفين المتخصصين في الاتصالات وإدارة علاقات الأعمال من خلال الذكاء الاصطناعي. بالإضافة إلى خبرتهم العملية الواسعة، يظل هؤلاء الخبراء نشطين ويقدمون لشركاتهم الحلول الرقمية الأكثر ابتكاراً. في إطار التزامهم بتحقيق التميز في إجراءاتهم، يقوم هؤلاء المتخصصون بتحديث معارفهم بشكل متكرر، وبالتالي يظلون في طليعة التعلم الآلي. لهذا السبب، سيتمكن الطلاب من الوصول إلى مواد تعليمية عالية المستوى واكتساب مهارات جديدة لإثراء عمليات عملهم المختلفة.

ستحظى بدعم فريق تدريسي مكون من متخصصين  
متميزين في الذكاء الاصطناعي في الاتصالات"



## هيكل الإدارة

### د. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ الرئيس التنفيذي ومدير التكنولوجيا في Prometeus Global Solutions
- ♦ مدير التكنولوجيا في Korporate Technologies
- ♦ مدير التكنولوجيا في AI Shepherds GmbH
- ♦ مستشار ومرشد الأعمال الاستراتيجية في Alliance Medical
- ♦ مدير التصميم والتطوير في DocPath
- ♦ دكتور في هندسة الحاسوب من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ دكتور في الاقتصاد والأعمال والتمويل من جامعة Camilo José Cela
- ♦ دكتور في علم النفس من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ ماجستير في Executive MBA من جامعة Isabel I
- ♦ ماجستير في الإدارة التجارية والتسويق من جامعة Isabel I
- ♦ ماجستير في Big Data من Formación Hadoop
- ♦ ماجستير في تقنيات الكمبيوتر المتقدمة من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ عضو في: مجموعة البحوث SMILE



## أ. Sánchez Mansilla, Rodrigo

- ♦ مستشار رقمي في AI Shepherds GmbH
- ♦ مدير الحساب الرقمي في Kill Draper
- ♦ رئيس القسم الرقمي في Kuarere
- ♦ مدير التسويق الرقمي في Brinergy Techg Deltoid Energyg Arconi Solutions
- ♦ المؤسس ومدير المبيعات والتسويق الوطني
- ♦ ماجستير في التسويق الرقمي (MDM) من كلية The Power Business School
- ♦ بكالوريوس إدارة أعمال من جامعة Buenos Aires



## الأستاذة

## أ. González Risco, Verónica

- ♦ مستشارة تسويق رقمي Freelance
- ♦ تسويق المنتجات/تطوير الأعمال الدولية في UNIR - الجامعة على الإنترنت
- ♦ أخصائية التسويق الرقمي في Code Kreativo Comunicación SL
- ♦ ماجستير في التسويق عبر الإنترنت وإدارة الإعلانات من Indisoft-Upgrade
- ♦ محاضرة جامعية في العلوم التجارية من جامعة Almería

## أ. Parreño Rodríguez, Adelaida

- ♦ المطورة التقنية ومهندسة محتمعات الطاقة في مشروع FLEXUM و PHOENIX
- ♦ مطورة تقنية ومهندسة محتمعات الطاقة في جامعة Murcia
- ♦ مديرة في البحث والابتكار في المشاريع الأوروبية في جامعة Murcia
- ♦ منشئة المحتوى في Global UC3M Challenge
- ♦ حائزة (2023) Ginés Huertas Martínez
- ♦ ماجستير في الطاقات المتجددة من جامعة بوليتكنيك في قرطاجنة
- ♦ إجازة في الهندسة الكهربائية (ثنائية اللغة) من جامعة Carlos III في مدريد

# الهيكل والمحتوى

ستركز شهادة الخبرة الجامعية هذه على أتمتة عمليات التسويق وتحسينها باستخدام الذكاء الاصطناعي. تتألف الخطة الدراسية من 3 وحدات، وستتناول كلاً من تكامل البيانات والمنصات باستخدام استراتيجيات التعلم الآلي. بهذه الطريقة، سيتمكن الخريجون من تحسين حملاتهم الإعلانية وتخصيصها وفقاً للجمهور. بالإضافة إلى ذلك، ستوفر المواد أدوات لتحليل كميات كبيرة من البيانات. سيؤكد البرنامج أيضاً على تطبيق الذكاء الاصطناعي أثناء المبيعات، باستخدام تقنيات لتوليد العملاء المحتملين (Leads). سيكون الخريجون قادرين على التنبؤ باحتياجات العملاء لتطوير المنتجات التي تستجيب لهم.





برنامج كامل ومتطور يسمح لك بالتقدم  
التدريجي والكامل، وأنت مرتاح في منزلك"



## وحدة 1. أتمتة وتحسين عمليات التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي

- 1.1. أتمتة التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي باستخدام Hubspot
- 1.1.1. تجزئة الجماهير بناءً على الذكاء الاصطناعي
- 1.1.2. أتمتة سير العمل (Workflows) أو سير العمل
- 1.1.3. الاستغلال الأمثل المستمر للحملات عبر الإنترنت
- 1.2. دمج البيانات والمنصات في استراتيجيات التسويق الآلي
- 1.2.1. تحليل وتوحيد البيانات المتعددة القنوات
- 1.2.2. الترابط بين منصات التسويق المختلفة
- 1.2.3. تحديث البيانات في الوقت الفعلي
- 1.3. تحسين الحملات الإعلانية باستخدام الذكاء الاصطناعي من خلال Google Ads
- 1.3.1. التحليل التنبؤي لأداء الإعلانات
- 1.3.2. تخصيص الإعلانات تلقائيًا وفقًا للجمهور المستهدف
- 1.3.3. التسوية التلقائية للميزانية على أساس النتائج
- 1.4. تخصيص الجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي
- 1.4.1. تجزئة المحتوى وتخصيصه
- 1.4.2. توصيات المحتوى الشخصي
- 1.4.3. التعرف التلقائي على الجماهير أو المجموعات المتجانسة
- 1.5. أتمتة استجابات العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي
- 1.5.1. روبوتات الدردشة (Chatbots) والتعلم الآلي
- 1.5.2. التوليد التلقائي للاستجابات
- 1.5.3. الحل التلقائي للمشاكل
- 1.6. الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر البريد الإلكتروني للأتمتة والتخصيص
- 1.6.1. أتمتة تسلسل البريد الإلكتروني
- 1.6.2. تخصيص المحتوى الديناميكي وفقًا للتفضيلات
- 1.6.3. تجزئة القائمة البريدية الذكية
- 1.7. تحليل المعنويات باستخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي وتعليقات العملاء من خلال تحليلات Lexalytics
- 1.7.1. المراقبة التلقائية للمشاعر في التعليقات
- 1.7.2. الاستجابات الشخصية للعواطف
- 1.7.3. تحليل السمعة التنبؤية
- 1.8. تحسين الأسعار والعروض الترويجية باستخدام الذكاء الاصطناعي من خلال Vendavo
- 1.8.1. تعديل الأسعار تلقائيًا بناءً على التحليل التنبؤي
- 1.8.2. الإنشاء التلقائي للعروض التي تتكيف مع سلوك المستخدم

- 1.8.3 التسعير في الوقت الحقيقي والتحليل التنافسي
- 1.9 دمج الذكاء الاصطناعي في أدوات التسويق الحالية
- 1.9.1 تكامل قدرات الذكاء الاصطناعي مع منصات التسويق الحالية
- 1.9.2 تحسين الوظائف الحالية
- 1.9.3 التكامل مع أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM).
- 1.10 اتجاهات ومستقبل الأتمتة مع الذكاء الاصطناعي في التسويق
- 1.10.1 الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم
- 1.10.2 النهج التنبؤي في القرارات التسويقية
- 1.10.3 الإعلان الحواري

## وحدة 2. تحليل بيانات الاتصالات والتسويق لاتخاذ القرار

- 2.1 تقنيات وأدوات محددة لتحليل بيانات الاتصالات والتسويق باستخدام Google Analytics 4
- 2.1.1 أدوات لتحليل المعادلات والاتجاهات على الشبكات الاجتماعية
- 2.1.2 أنظمة لتحديد وتقييم العواطف في التواصل
- 2.1.3 استخدام البيانات الضخمة (Big Data) لتحليل الاتصالات
- 2.2 تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليلات البيانات الضخمة التسويقية مثل Google BigQuery
- 2.2.1 المعالجة التلقائية للبيانات الضخمة
- 2.2.2 التعرف على الأنماط السلوكية
- 2.2.3 تحسين الخوارزميات لتحليل البيانات
- 2.3 أدوات لتصوير البيانات وإعداد التقارير (Reporting) عن الحملات والاتصالات باستخدام الذكاء الاصطناعي
- 2.3.1 إنشاء لوحات المعلومات (dashboards) التفاعلية
- 2.3.2 توليد التقرير التلقائي
- 2.3.3 التصور التنبؤي لنتائج الحملة
- 2.4 تطبيق الذكاء الاصطناعي في أبحاث السوق من خلال Quid
- 2.4.1 المعالجة التلقائية لبيانات المسح
- 2.4.2 التحديد التلقائي لشرائح الجمهور
- 2.4.3 التنبؤ بالاتجاهات في السوق
- 2.5 التحليل التنبؤي في التسويق لاتخاذ القرار
- 2.5.1 النماذج التنبؤية لسلوك المستهلك
- 2.5.2 توقعات أداء الحملة.
- 2.5.3 تعديل التحسين الاستراتيجي التلقائي
- 2.6 تجزئة السوق باستخدام الذكاء الاصطناعي باستخدام Meta



التحليل الآلي للبيانات الديموغرافية	2.6.1
تحديد مجموعات المصالح	2.6.2
تخصيص العرض الديناميكي	2.6.3
تحسين استراتيجية التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي	2.7
استخدام الذكاء الاصطناعي لقياس فعالية القناة	2.7.1
التعديل التلقائي الاستراتيجي لتحقيق أقصى قدر من النتائج	2.7.2
محاكاة السيناريوهات الاستراتيجية	2.7.3
الذكاء الاصطناعي في قياس عائد الاستثمار التسويقي باستخدام GA4	2.8
نماذج إحالة التحويل	2.8.1
تحليل العائد على الاستثمار باستخدام الذكاء الاصطناعي	2.8.2
تقدير القيمة الدائمة للعميل أو قيمة العميل	2.8.3
حالات النجاح في تحليل البيانات باستخدام الذكاء الاصطناعي	2.9
العرض التوضيحي من خلال الحالات العملية التي أدى فيها الذكاء الاصطناعي إلى تحسين النتائج	2.9.1
تحسين التكاليف والموارد	2.9.2
المزايا التنافسية والابتكار	2.9.3
التحديات والاعتبارات الأخلاقية في تحليل البيانات باستخدام الذكاء الاصطناعي	2.10
التحيز في البيانات والنتائج	2.10.1
الاعتبارات الأخلاقية في إدارة وتحليل البيانات الحساسة	2.10.2
التحديات والحلول لجعل نماذج الذكاء الاصطناعي شفافة	2.10.3

### وحدة 3. المبيعات وتوليد العملاء المحتملين (leads) المحتملين باستخدام الذكاء الاصطناعي

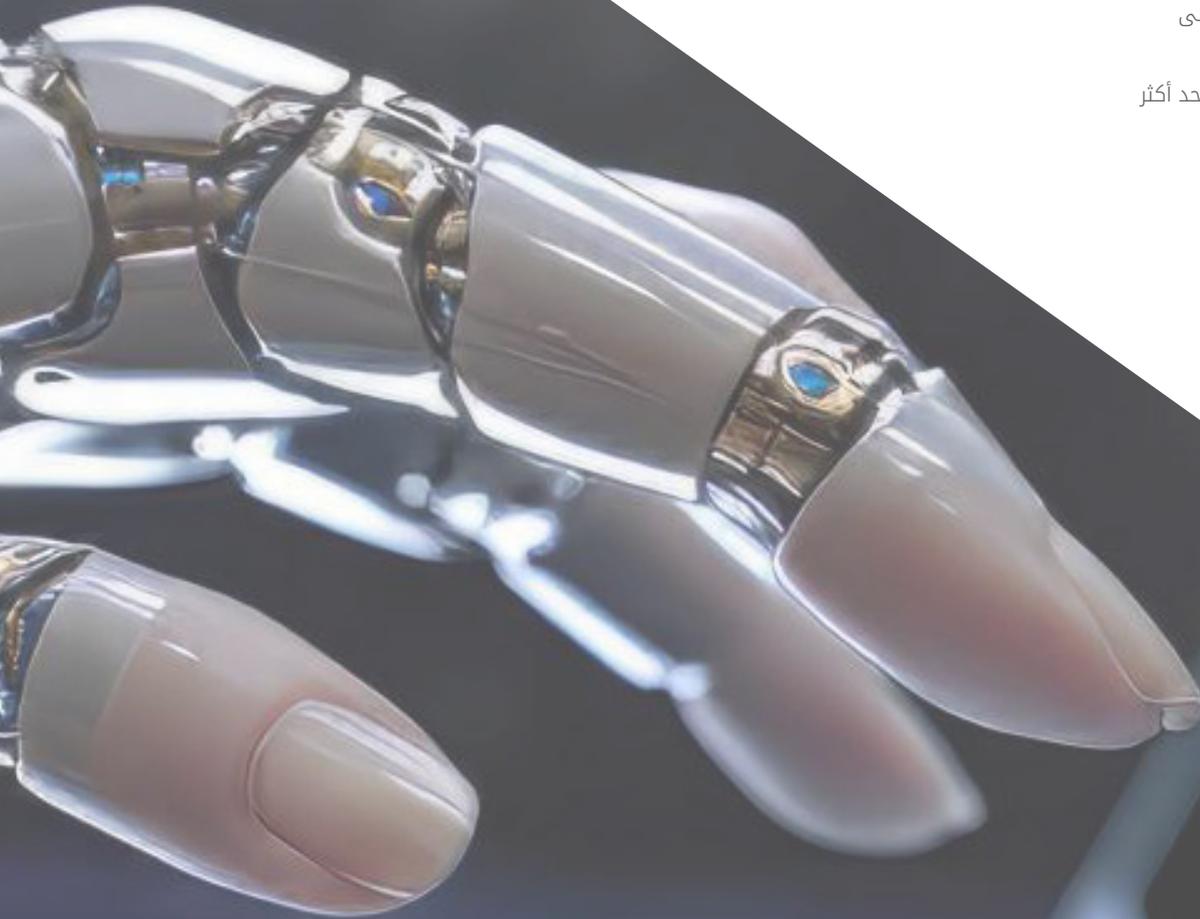
تطبيق الذكاء الاصطناعي في عملية المبيعات باستخدام Salesforce	3.1
أتمتة مهام المبيعات	3.1.1
التحليل التنبؤي لدورة المبيعات	3.1.2
تحسين استراتيجيات التسعير	3.1.3
تقنيات وأدوات توليد العملاء المحتملين باستخدام الذكاء الاصطناعي من خلال Hubspot	3.2
التحديد الآلي للأفاق	3.2.1

تحليل سلوك المستخدم	.3.2.2
تخصيص المحتوى للتوظيف	.3.2.3
تسجيل النتائج باستخدام الذكاء الاصطناعي باستخدام Hubspot	.3.3
التقييم الآلي لمؤهلات العملاء المحتملين (Leads)	.3.3.1
تحليل العملاء المحتملين (Leads) القائمة على التفاعل	.3.3.2
تحسين نموذج تسجيل (Scoring) العملاء المحتملين (Leads)	.3.3.3
الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء	.3.4
التتبع الآلي لتحسين العلاقات مع العملاء.	.3.4.1
توصيات شخصية للعملاء	.3.4.2
أتمتة الاتصالات الشخصية	.3.4.3
تنفيذ حالات النجاح للمساعدين الافتراضيين في المبيعات	.3.5
مساعدين افتراضيين لدعم المبيعات	.3.5.1
تحسين تجربة العملاء	.3.5.2
تحسين التحويلات وإغلاق المبيعات	.3.5.3
التنبؤ باحتياجات العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي	.3.6
تحليل السلوك الشرائي	.3.6.1
تجزئة العرض الديناميكي	.3.6.2
أنظمة التوصية الشخصية	.3.6.3
تخصيص عرض المبيعات باستخدام الذكاء الاصطناعي	.3.7
التكيف الديناميكي للمقترحات التجارية	.3.7.1
عروض حصرية على أساس السلوك	.3.7.2
إنشاء حزم شخصية	.3.7.3
تحليل المنافسة باستخدام الذكاء الاصطناعي	.3.8
الرصد الآلي للمنافسين	.3.8.1
التحليل المقارن الآلي للأسعار	.3.8.2
المراقبة التنافسية التنبؤية	.3.8.3
تكامل الذكاء الاصطناعي في أدوات المبيعات	.3.9
التوافق مع نظم إدارة العلاقة مع العملاء (CRM).	.3.9.1
تعزيز أدوات البيع	.3.9.2
التحليل التنبؤي في منصات المبيعات	.3.9.3
الابتكارات والتنبؤات في مجال المبيعات	.3.10
الواقع المعزز في تجربة التسوق	.3.10.1
أتمتة المبيعات المتقدمة	.3.10.2
الذكاء العاطفي في التعاملات البيعية	.3.10.3

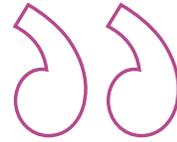


# المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **el Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم. يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية **New England Journal of Medicine**.



اكتشف منهجية Relearning (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"



## منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم  
تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء  
العالم"

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريسي طبيعي وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

## منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة في  
بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في حياتك  
المهنية"

كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات الحاسبات في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي سنواجهك بها في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال المحاضرة الجامعية، سواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية.

## منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين  
بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة  
الإسبانية في العالم.

في TECH سنتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدراء المستقبل. وهذا المنهج، في طليعة التعليم العالمي، يسمى Relearning أو إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

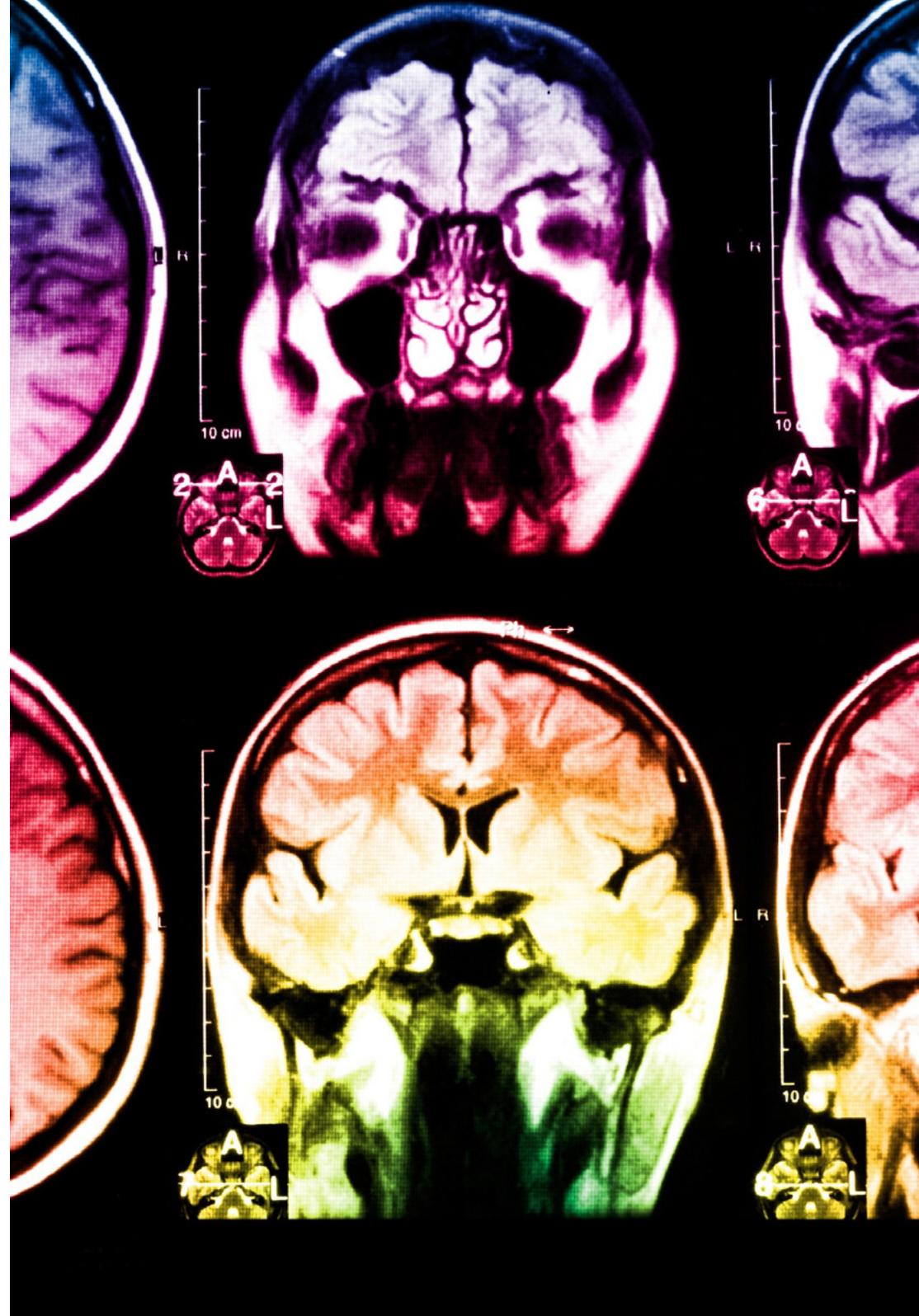


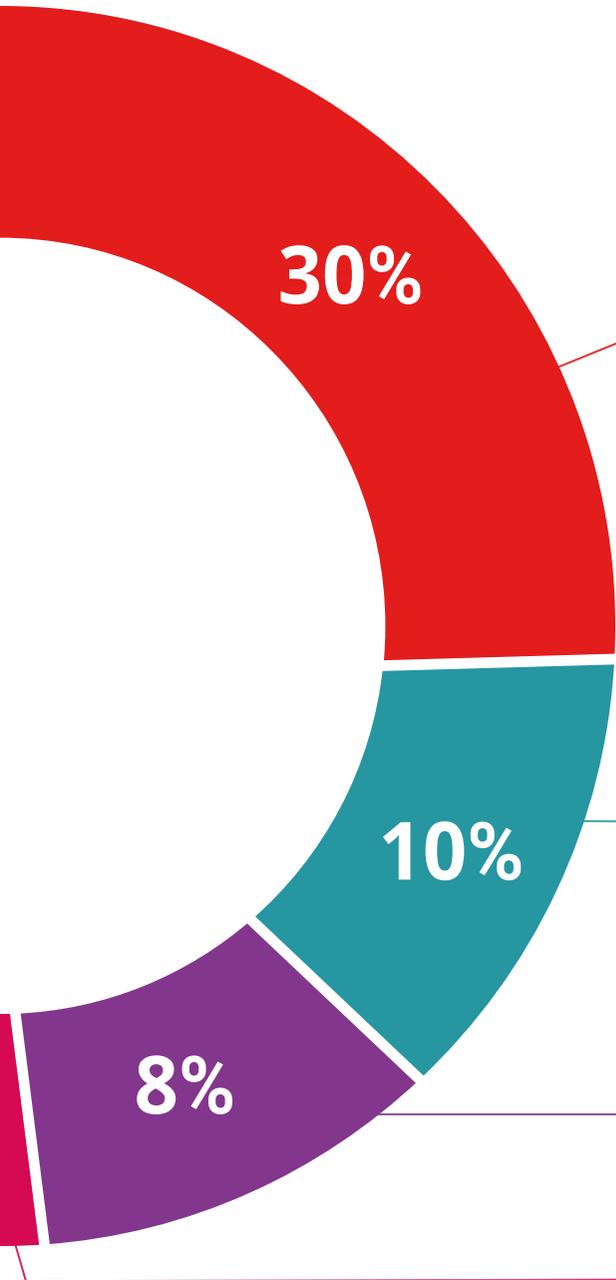
في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (تتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساها ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عامًا.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحُصين بالمخ، لكي نحتفظ بها. في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.





### المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطالب.

### المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى Learning from an Expert أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

### التدريب العملي على المهارات والكفاءات



سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

### قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية، من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



### دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



### ملخصات تفاعلية

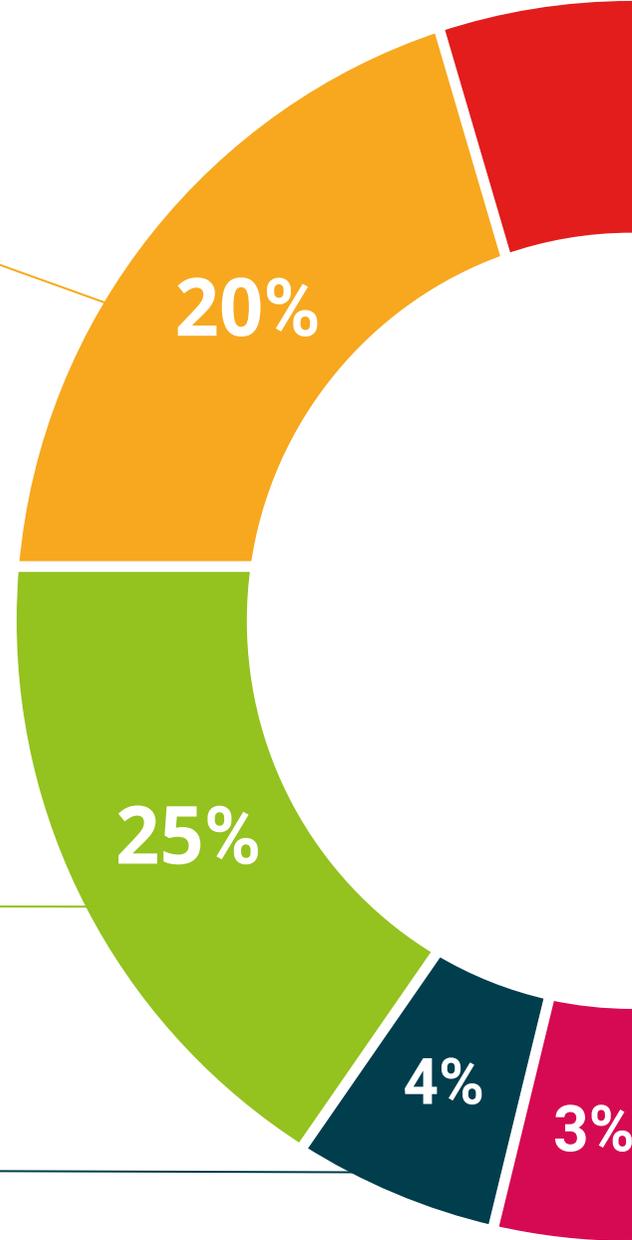
يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية"



### الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم؛ حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



# المؤهل العلمى

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في التواصل وإدارة العلاقات التجارية من خلال الذكاء الاصطناعي بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية  
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في التواصل وإدارة العلاقات التجارية من خلال الذكاء الاصطناعي على البرنامج الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج شهادة الخبرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في التواصل وإدارة العلاقات التجارية من خلال الذكاء الاصطناعي

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر





## شهادة الخبرة الجامعية التواصل وإدارة العلاقات التجارية من خلال الذكاء الاصطناعي

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 6 أشهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

# شهادة الخبرة الجامعية التواصل وإدارة العلاقات التجارية من خلال الذكاء الاصطناعي