JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات

20 – 24 يونيو 2027

عمّان

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات

المرجع: 126183_3090 **التاريخ:** 20 – 24 يونيو 2027 **المكان:** عمان **الرسوم:** GBP 3300

خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري المنتجات ومالكي المنتجات الذين يقررون ما تجمعه كل ميزة من معلومات العملاء، وتنتهي بقائمة متطلبات الخصوصية لقائمة الأعمال المتراكمة يعدها كل مشارك. فقد أصبحت توقعات الخصوصية تؤثر في تقييمات التطبيقات وعقود الشركاء وموافقات الإطلاق، لذلك تنتمي قرارات الخصوصية إلى مرحلة استكشاف المنتج لا إلى ما بعد إصداره. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب دورة خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات لهذه الأدوار.

لماذا تهم خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات الآن

تتشكل خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات اليوم تحت ثلاثة ضغوط. فالعملاء يقرؤون طلبات الأذونات بحذر أكبر ويتركون مسارات التسجيل التي تطلب أكثر مما يلزم. وقوانين حماية البيانات في كثير من الولايات القضائية تتوقع أن تبنى الخصوصية في الميزات بشكل افتراضي، مع سجلات توضح سبب الاحتفاظ بكل عنصر بيانات. وفرق الهندسة والتسويق تدفع نحو تتبع أعمق لتخصيص رحلات العملاء. المنتج الذي يوازن بين هذه الضغوط يكسب الثقة ويحقق إطلاقات أكثر سلاسة، أما المنتج الذي يتجاهلها فيواجه إعادة العمل ورفض متاجر التطبيقات واستفسارات الجهات الرقابية وعملاء يحذفون التطبيق بصمت.

المستفيدون من خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات

- مالكو قوائم الأعمال المتراكمة الذين يكتبون قصص المستخدم المتصلة بالمعلومات الشخصية
- المسؤولون عن رحلات التسجيل والدفع وإدارة الحسابات
- القادة الذين يصممون أحداث التحليلات وميزات التخصيص
- مالكو عمليات الربط التي تنقل سجلات العملاء إلى الشركاء
- رؤساء المنتجات الذين يعتمدون إطلاق الميزات ومعايير الإصدار

يستفيد فريق المنتج أكثر عندما يحضر مالك المنتج والمصمم وقائد الهندسة معا، لأن قرارات الموافقة وتقليل البيانات تحسم بين التخصصات الثلاثة.

قدرات خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات

يحول المشاركون مبادئ الخصوصية القانونية إلى معايير قبول وأنماط تصميم وبوابات إصدار يستطيع الفريق اختبارها.

- رسم تدفقات البيانات الشخصية عبر الميزة من الجمع حتى الحذف — المعماريون ومسؤولو الخصوصية
- تقييم الأساس النظامي المناسب لكل غرض معالجة — المستشارون القانونيون ورؤساء المنتجات
- تصميم شاشات الموافقة والتفضيلات بحيث تبقى واضحة وقابلة للتراجع — العملاء والمصممون
- تطبيق تقليل البيانات على النماذج والأحداث والسجلات — قادة الهندسة
- تحديد مسار طلبات الاطلاع والتصحيح والمحو داخل المنتج — فرق الدعم
- بناء معايير قبول الخصوصية في قصص المستخدم — معتمدو الإصدار

مصطلحات خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات الأساسية

- البيانات الشخصية — أي معلومة تحدد هوية شخص مباشرة أو عند دمجها مع تفاصيل أخرى.
- الأساس النظامي — السند القانوني، مثل الموافقة أو العقد، الذي يجيز استخداما محددا للبيانات الشخصية.
- تقليل البيانات — جمع البيانات الشخصية والاحتفاظ بها في حدود ما يحتاجه غرض معلن فقط.
- الخصوصية بالتصميم — بناء إعدادات حماية افتراضية في المنتج منذ أول مسودة بدلا من إضافتها لاحقا.
- طلب صاحب البيانات — طلب الشخص الاطلاع على المعلومات المحفوظة عنه أو تصحيحها أو نقلها أو محوها.
- تقييم أثر الخصوصية — فحص منظم لكيفية تأثير ميزة جديدة في خصوصية الأشخاص وطرق الحد من ذلك.

خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات يوما بيوم

اليوم 1: الخصوصية في سياق المنتج

- مبادئ حماية البيانات الأساسية للمنتجات — تحديد نطاق الميزة مبكرا
- إشارات ثقة العملاء وإرهاق الأذونات — خيارات معدل إكمال التسجيل
- فئات البيانات الشخصية والحساسة — تصنيف ما تتعامل معه الميزة
- دورا المتحكم والمعالج — شروط العقود مع الموردين
- اعتبارات نقل البيانات عبر الحدود — قرارات موقع الاستضافة والشركاء

اليوم 2: الأغراض والأسس النظامية

- بيان الغرض لكل عنصر بيانات — تبرير الجمع داخل قصص المستخدم
- الموافقة والعقد والمصلحة المشروعة — اختيار الأساس الملائم
- أنماط شاشات الموافقة ومراكز التفضيلات — خيارات واضحة وقابلة للتراجع
- تصميم أذونات ملفات تعريف الارتباط والتتبع — التحليلات مقابل تحكم العميل
- الأطفال والمستخدمون المستضعفون — التحقق من العمر والإعدادات الحامية الافتراضية

اليوم 3: تقليل البيانات وتدفقاتها

- رسم تدفق بيانات الميزة — تحديد نقاط الجمع والتخزين والمشاركة
- تقليل حقول النماذج والأحداث — إلغاء الجمع غير الضروري
- جداول الاحتفاظ ومهام الحذف — مدة بقاء السجلات
- خيارات الترميز المستعار والتجميع — تحليلات دون معرفات مباشرة
- مراجعة حزم البرمجيات الخارجية — المشاركة الخفية داخل التطبيقات

اليوم 4: حقوق المستخدم وبوابات الإصدار

- رحلات طلبات الاطلاع والتصحيح والمحو — سير العمل بين الدعم والمنتج
- صيغ تصدير البيانات لقابلية النقل — خيارات تصميم إعدادات الحساب
- محفزات تقييم أثر الخصوصية — متى تحتاج الميزة مراجعة أعمق
- سيناريوهات الاختراق في ميزات المنتج — الاكتشاف وواجبات إشعار العملاء
- معايير قبول الخصوصية في قصص المستخدم — تحديث تعريف الإنجاز

اليوم 5: ممارسة قائمة متطلبات الخصوصية

- تطبيق رسم تدفق البيانات على ميزة قائمة — مواطن التعرض للمخاطر
- تطبيق اختيار الأساس النظامي على كل غرض — سجل معالجة قابل للدفاع
- تطبيق تقليل البيانات على النماذج والأحداث — تصميم جمع أخف
- نقد الأقران لرحلات الموافقة — اختبار الوضوح بعين جديدة
- إكمال قائمة متطلبات الخصوصية — معايير إصدار جاهزة لقائمة الأعمال

تطبيق خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات بعد الدورة

- قيادة جلسة لرسم تدفق البيانات لميزة قادمة واحدة مع فريقي التصميم والهندسة.
- إضافة معايير قبول الخصوصية إلى قصص المستخدم في الدورة التطويرية التالية والاتفاق عليها مع معتمد الإصدار.

أسئلة حول خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات

ما خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات ولماذا تهم الآن؟

هي ممارسة بناء الموافقة وتقليل البيانات وحقوق المستخدم في قرارات المنتج. وتهم الآن لأن العملاء والشركاء وقوانين حماية البيانات يتوقعون الخصوصية بشكل افتراضي، والإصلاحات المتأخرة تؤخر الإطلاق.

ما الأدوار الأكثر استفادة من دورة خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات؟

يستفيد مديرو المنتجات ومالكو المنتجات ورؤساء المنتجات أكثر من غيرهم، خاصة من يملكون ميزات التسجيل أو التحليلات أو الربط مع الشركاء في التجزئة والخدمات البنكية والصحة والخدمات الرقمية.

كيف تختلف خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات عن دورة الخصوصية القانونية؟

تنطلق من قائمة الأعمال المتراكمة لا من نصوص التشريعات. فالدورة القانونية تفسر القواعد للمستشارين، بينما تحول هذه الدورة المبادئ إلى قصص مستخدم وشاشات ومعايير إصدار يستطيع الفريق بناءها.

ماذا تعود به من دورة خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات؟

تعود بتدفق بيانات مرسوم لميزة حقيقية واحدة وقائمة متطلبات خصوصية جاهزة للإرفاق ببنود قائمة الأعمال المتراكمة.

خصوصية بيانات المستهلك لمديري المنتجات: الطريق إلى الأمام

توجه قائمة متطلبات الخصوصية أولا قرار جاهزية الميزة التالية لدخول الدورة التطويرية. ويستخدمها مالكو المنتجات والمصممون والمهندسون أثناء تنقيح قصص المستخدم، ويستخدمها معتمدو الإصدار قبل الإطلاق. وبعد أول استخدام لها تستحق مدخلات الأساس النظامي والاحتفاظ مراجعة جديدة، لأن أحداث التحليلات الجديدة وعمليات الربط مع الشركاء تميل إلى توسيع الأغراض الأصلية.