JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

الدورة المتقدمة: الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي

28 فبراير – 11 مارس 2027

المنامة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

الدورة المتقدمة: الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي

المرجع: 38_967 **التاريخ:** 28 فبراير – 11 مارس 2027 **المكان:** المنامة **الرسوم:** GBP 8000

الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين لمديري المنتجات وملاكها ورؤساء وحدات الأعمال المسؤولين عن منتجات تتعلم من البيانات، ويخرج كل مشارك منها بخارطة طريق منتج الذكاء الاصطناعي. تتسابق المؤسسات اليوم لإضافة المساعدات الذكية والخصائص التنبؤية، لكن إطلاقات كثيرة تخيب الآمال لأن الاقتصاديات والمقاييس والثقة لم تصمم منذ البداية. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة بصيغة الماجستير المصغر لقادة المنتجات.

لماذا يهم الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي الآن

تشكل ثلاث قوى هذا المجال اليوم: نماذج أساسية تتيح لفرق المنتجات الصغيرة إطلاق خصائص الذكاء الاصطناعي بسرعة، وعملاء يحكمون على المنتجات بالاعتمادية والشفافية بقدر حكمهم على الجدة، وتكاليف استدلال تغير الهامش الإجمالي مع كل مستخدم نشط. مؤسسة المنتجات التي تحسن إدارة الذكاء الاصطناعي تبني خصائص يثق بها المستخدمون وتسعرها باستدامة وتتعلم أسرع من منافسيها، أما التي تلصقه بمنتجاتها دون تخطيط فتستنزف هامشها ومصداقيتها. وتستند الدورة إلى المعيار الدولي ISO/IEC 42001 لنظام إدارة الذكاء الاصطناعي، وإلى إطار NIST AI RMF Framework لقرارات المخاطر على مستوى المنتج.

المستفيدون من الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي

- القادة المسؤولون عن استراتيجية المنتج وخارطة طريقه ونتائجه التجارية
- ملاك قوائم الأعمال الذين يحولون مشكلات العملاء إلى خصائص مدعومة بالذكاء الاصطناعي
- رؤساء وحدات الأعمال الذين يمولون رهانات المنتجات وينتظرون أثرا في الإيراد
- مختصو تسويق المنتجات وتسعيرها الذين يشكلون التموضع والباقات
- قادة التصميم والبحث الذين يدرسون استجابة المستخدمين لسلوك الذكاء الاصطناعي

تحقق مؤسسات المنتجات أعلى استفادة عندما يحضر معا مدير منتج ومصمم وقائد تجاري، لأن خصائص الذكاء الاصطناعي لا تنجح إلا عندما يتسق الاكتشاف والتجربة والتسعير.

قدرات الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي

يغادر المشاركون وهم قادرون على نقل فكرة منتج ذكاء اصطناعي من أدلة العملاء إلى خاصية مسعرة ومقيسة ومطلقة بمسؤولية.

- تقييم ما إذا كانت مشكلات العملاء تستحق خصائص ذكاء اصطناعي اعتمادا على أدلة الاكتشاف — لمجالس المنتجات التي تعتمد الرهانات
- تصميم تفاعلات بين الإنسان والذكاء الاصطناعي توضح مستوى الثقة وتتعافى من الأخطاء — للمستخدمين والمصممين
- تحديد أشجار مقاييس تربط جودة النموذج بالتفعيل والاحتفاظ — لقادة المنتج والهندسة
- اختبار خصائص الذكاء الاصطناعي بتجارب منضبطة ومقاييس حماية — لفرق النمو والتحليلات
- حساب اقتصاديات الوحدة ونماذج التسعير لقدرات الذكاء الاصطناعي — لقادة المالية والتجارة
- تطبيق فحوص الإطلاق المسؤول المتوائمة مع المعايير الدولية — لمراجعي الشؤون القانونية والمخاطر والثقة

مصطلحات الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي الأساسية

- تكلفة الاستدلال — الإنفاق الحاسوبي الذي يقع في كل مرة ينتج فيها النموذج مخرجا، ويزداد مع استخدام المنتج.
- الإنسان ضمن الحلقة — تصميم يراجع فيه الأشخاص مخرجات الذكاء الاصطناعي أو يصححونها أو يعتمدونها قبل نفاذها.
- شجرة المقاييس — بنية تربط نتيجة الأعمال العليا بمقاييس المنتج والنموذج التي تحركها.
- مقياس الحماية — مقياس يجب ألا يتراجع أثناء التجربة، فيحمي التجربة الأساسية للمستخدم أثناء اختبار التغييرات.
- البداية الباردة — المرحلة المبكرة التي يفتقر فيها المنتج إلى بيانات خاصة كافية لأداء نماذجه جيدا.
- نموذج الساحر الخفي — اختبار يحاكي فيه أشخاص خاصية الذكاء الاصطناعي خلف الكواليس للتحقق من الطلب بتكلفة منخفضة.

الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي يوما بيوم

اليوم 1: كيف يغير الذكاء الاصطناعي اقتصاديات المنتج

- المنتجات الاحتمالية — لماذا تتصرف خصائص الذكاء الاصطناعي بخلاف البرمجيات الحتمية
- التكلفة الحدية للاستدلال — منحنيات التكلفة المرتبطة بالاستخدام والهامش الإجمالي
- تأثيرات شبكة البيانات — متى يحسن الاستخدام المنتج بمرور الوقت
- الحواجز التنافسية لمنتجات الذكاء الاصطناعي — البيانات والارتباط بسير العمل والتوزيع
- حالات منتجات من تطبيقات التقنية المالية ومنصات الرعاية الصحية

اليوم 2: اكتشاف العملاء لفرص الذكاء الاصطناعي

- مقابلات المهام المطلوب إنجازها — تحديد المهام التي يريد المستخدمون أتمتتها
- أشجار الفرص والحلول — ربط النتائج بأفكار خصائص الذكاء الاصطناعي
- النماذج الأولية بأسلوب الساحر الخفي — اختبار القيمة قبل بناء النماذج
- توقعات الثقة والتحكم — مقدار الاستقلالية الذي يقبله المستخدمون
- بطاقة التحقق من المشكلة — الأدلة المطلوبة قبل الاستثمار

اليوم 3: تصميم خصائص الذكاء الاصطناعي

- أنماط التفاعل بين الإنسان والذكاء الاصطناعي — الاقتراح والمساعدة والأتمتة والتفويض
- عرض مستوى الثقة والتفسيرات — إيصال عدم اليقين إلى المستخدمين
- تصميم التعافي من الأخطاء — التراجع وحلقات التغذية الراجعة والإخفاق المتدرج
- واجهات الأوامر والمساعدات الذكية — تصميم أسطح المنتج الحوارية
- مواصفات سلوك النموذج — معايير القبول خارج حدود الشاشات

اليوم 4: استراتيجية البيانات للمنتجات

- رسم متطلبات البيانات — الإشارات اللازمة لكل خاصية ذكاء اصطناعي
- الوسم والتقاط التغذية الراجعة — تحويل الاستخدام إلى بيانات تدريب
- شراكات البيانات وتراخيصها — اقتناء مجموعات بيانات خارجية بمسؤولية
- استراتيجيات البداية الباردة — الإطلاق قبل توافر بيانات خاصة كافية
- الخصوصية بالتصميم في تدفقات بيانات المنتج

اليوم 5: مقاييس أداء النماذج لقادة المنتجات

- مقاييس التقييم غير المتصل — الدقة والاستدعاء ومعدلات إنجاز المهام
- مقاييس المنتج المباشرة — التفعيل والاحتفاظ وتبني الخصائص
- ربط جودة النموذج بنتائج الأعمال — أشجار المقاييس
- ميزانيات زمن الاستجابة والاعتمادية — مستويات الخدمة لخصائص الذكاء الاصطناعي
- تنبيهات انحراف النموذج — متى يجب أن يتدخل مالك المنتج

اليوم 6: التجريب وحلقات التعلم

- الاختبارات المقارنة ومتعددة المتغيرات لخصائص الذكاء الاصطناعي — تصميم تجارب صحيحة
- مجموعات الاستبعاد ومقاييس الحماية — صون التجربة الأساسية
- التداخل والنشر الظلي — مقارنة النماذج بأمان
- سرعة التجريب — بناء إيقاع منتظم لتعلم المنتج
- سجلات القرارات — توثيق ما غيرته كل تجربة

اليوم 7: تسعير قدرات الذكاء الاصطناعي وتغليفها

- التسعير القائم على القيمة لخصائص الذكاء الاصطناعي — أبحاث الاستعداد للدفع
- مقارنة نماذج التسعير حسب الاستخدام والمقعد والنتيجة
- مستويات التغليف — دمج الذكاء الاصطناعي في الباقات مقابل الإضافات
- نمذجة اقتصاديات الوحدة — تكلفة الاستدلال لكل مستخدم نشط
- اختبار الأسعار والتواصل بشأنها — تجنب ردود فعل العملاء السلبية

اليوم 8: الطرح في السوق لمنتجات الذكاء الاصطناعي

- التموضع والرسائل — ادعاءات يستطيع العملاء التحقق منها
- تسلسل الإطلاق — مجموعات النسخة التجريبية والوصول المبكر والإتاحة العامة
- تمكين المبيعات — إظهار قيمة الذكاء الاصطناعي في بيئات العملاء
- إعداد العملاء للاستخدام — ضبط التوقعات حول الخصائص الاحتمالية
- مسارات التبني — تتبع الاكتشاف والتجربة والاستخدام المعتاد

اليوم 9: قرارات المنتج المسؤولة في الذكاء الاصطناعي

- ISO/IEC 42001 — تضمين ضوابط المنتج ضمن نظام إدارة الذكاء الاصطناعي
- NIST AI RMF — رصد مخاطر كل خاصية وقياسها
- تقييمات العدالة والضرر — مراجعات ما قبل الإطلاق مع مستخدمين متنوعين
- إشعارات الشفافية وموافقة المستخدم — الإفصاح الواضح عن استخدام الذكاء الاصطناعي
- مفاتيح الإيقاف وخطط التراجع — احتواء السلوك الضار بسرعة

اليوم 10: التطبيق العملي لخارطة طريق منتج الذكاء الاصطناعي

- تطبيق أدلة الاكتشاف — اختيار فرصة حقيقية من منتجات المشاركين
- تصميم الخاصية وشجرة المقاييس — دمج أعمال التصميم والقياس السابقة
- خطة التجارب والتسعير — ترتيب الاختبارات وخيارات تحقيق العائد
- قائمة الإطلاق المسؤول — تطبيق مراجعات المخاطر قبل الإصدار
- خارطة طريق منتج الذكاء الاصطناعي — استكمالها وعرضها على قيادة المنتجات

تطبيق الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي بعد الدورة

- إجراء مقابلات اكتشاف واختبار بأسلوب الساحر الخفي على خاصية ذكاء اصطناعي مرشحة وعرض الأدلة على مجلس المنتجات
- بناء شجرة مقاييس ومجموعة مقاييس حماية لخاصية قائمة والاتفاق مع فريق الهندسة على مسؤولي التنبيهات

أسئلة حول الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي

ما هو الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي، ولماذا يهم الآن؟

هو دورة تنفيذية في اكتشاف المنتجات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي وتصميمها وقياسها وتسعيرها وإطلاقها. ويهم الآن لأن بناء خصائص الذكاء الاصطناعي سريع، لكن جعلها موثوقة ومربحة يتطلب قرارات منتج مدروسة.

من هم الأكثر استفادة من الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي؟

الأكثر استفادة هم مديرو المنتجات وملاكها ورؤساء وحدات الأعمال. فأنت تقرر أي الخصائص تطلق وكيف تقاس وتسعر، لذا تحتاج أساليب تناسب المنتجات الاحتمالية القائمة على البيانات.

كيف يختلف الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي عن دورة عامة في إدارة المنتجات؟

يركز هذا التدريب على ما يتغير حين تتعلم المنتجات من البيانات. فالدورة العامة تغطي الاكتشاف وخرائط الطريق للبرمجيات التقليدية، أما هنا فتضاف تصميم خصائص الذكاء الاصطناعي ومقاييس النماذج واقتصاديات الاستدلال وتجريب النماذج وقرارات الإطلاق المسؤول.

ماذا تعود به من الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي؟

تعود بخارطة طريق لفرصة منتج ذكاء اصطناعي حقيقية واحدة. وتتضمن أدلة الاكتشاف وتصميم الخاصية وشجرة المقاييس وخطط التجارب والتسعير وقائمة الإطلاق المسؤول.

الماجستير المصغر في إدارة المنتجات بالذكاء الاصطناعي: الطريق إلى الأمام

تحدد خارطة طريق منتج الذكاء الاصطناعي أولا الفرصة التي تحصل على دورة البناء التالية وطريقة الحكم على نجاحها. ويستخدمها مديرو المنتجات والمصممون والقادة التجاريون للاتفاق على التجارب والتسعير وبوابات الإطلاق. وبعد الإصدار الأول، تستحق شجرة المقاييس واقتصاديات الوحدة مراجعة جديدة، لأن الاستخدام الفعلي كثيرا ما يحرك تكلفة الاستدلال وأنماط التبني بعيدا عن الافتراضات المبكرة.