



شماره: ICC/۰۵-۶۲۶

تاریخ: ۱۴۰۵/۰۷/۱۲

دوره آموزشی

تحول دیجیتال و هوش مصنوعی، موتور محرک نسل جدید کسب و کارهای بین‌المللی

کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی (ICC Iran) دوره آموزشی « تحول دیجیتال و هوش مصنوعی، موتور محرک نسل جدید کسب و کارهای بین‌المللی » را به صورت حضوری و آنلاین برگزار می نماید.

زمان: روزهای سه‌شنبه | ساعت ۱۳:۳۰ الی ۱۵:۳۰

تاریخ: ۱۴۰۵/۰۷/۲۸ الی ۱۴۰۵/۰۹/۲۴

مدت دوره: ۱۸ ساعت (۹ جلسه)

مکان: آنلاین / حضوری، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران (خیابان طالقانی، شماره ۱۷۵)

استاد: آقای دکتر سید حسین حسینی

- عضو کمیسیون مقررات و رویه‌های بازرگانی، اقتصاد دیجیتال، بازاریابی و تبلیغات کمیته ایرانی ICC
- دبیر اجرایی و عضو شورای سیاستگذاری هفته هوش مصنوعی ایران
- عضو شورای سیاستگذاری و راهبردی کمیته برگزاری رویدادهای انجمن علمی هوش مصنوعی ایران
- مدرس دانشگاه
- رئیس کمیسیون تحول و نوآوری دیجیتال اتاق مشترک بازرگانی ایران و اسپانیا

ثبت‌نام: جهت ثبت نام، لازم است هزینه شرکت در دوره (مبلغ ۶,۰۰۰,۰۰۰ تومان برای اعضای کمیته ایرانی و ۱۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان برای غیراعضا) به شماره حساب: ۱۵۵۰۰۵۰۰۹۲ و یا شماره کارت: ۶۱۰۴۳۳۷۲۷۸۲۰۲۷۷۳ نزد بانک ملت شعبه وزارت نفت (کد ۶۳۲۵/۵) به نام کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی واریز و اسامی شرکت‌کنندگان را به همراه تصویر فیش واریزی به آدرس ایمیل academy@icc-iran.com ارسال و یا از طریق وب سایت آکادمی کمیته ایرانی academy.icc-iran.com آنلاین ثبت نام گردد.

مهلت ثبت نام: ۲۰ مهر ۱۴۰۵

گواهینامه: در پایان دوره، برای شرکت‌کنندگان از سوی کمیته ایرانی ICC گواهینامه صادر می‌گردد.

مقدمه:

تحول دیجیتال دیگر یک پروژه فناوری اطلاعات یا صرفاً استفاده از ابزارهای جدید نیست؛ بلکه تحولی بنیادین در شیوه تفکر، تصمیم‌گیری، خلق ارزش، شناخت مشتری، توسعه بازار و رقابت سازمان‌هاست. ظهور هوش مصنوعی، گسترش پلتفرم‌های دیجیتال، افزایش دسترسی به داده، تغییر رفتار مشتریان، شکل‌گیری مدل‌های جدید کسب‌وکار و سرعت گرفتن تحولات بازارهای جهانی، قواعد سنتی رقابت را دگرگون کرده است. در چنین شرایطی، سازمان‌های موفق سازمان‌هایی هستند که بتوانند فناوری، داده و هوش مصنوعی را به قابلیت مدیریتی و مزیت رقابتی تبدیل کنند.

اهمیت و ضرورت دوره:

برای بنگاه‌هایی که در تجارت بین‌الملل فعالیت می‌کنند، تحول دیجیتال اهمیت دوچندان دارد. فناوری و هوش مصنوعی می‌توانند در زمینه‌های زیر نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کنند:

- شناخت و ارزیابی بازارهای جدید؛
- تحلیل رقبا و انتخاب بازار هدف؛
- شناسایی فرصت‌های صادراتی و تجاری؛
- بازاریابی و توسعه فروش؛
- مدیریت ارتباط با مشتری؛
- پایش تغییرات محیط تجارت؛
- تحلیل اطلاعات بازارهای بین‌المللی؛
- و افزایش سرعت و کیفیت تصمیم‌گیری مدیران.

این دوره با رویکردی راهبردی، مدیریتی و اجرایی طراحی شده است تا مدیران بتوانند به جای مواجهه منفعلانه با موج فناوری، از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و هوش مصنوعی برای رشد و توسعه کسب‌وکار استفاده کنند.

مزایای دوره:

شرکت‌کنندگان در این دوره با رویکردی کاربردی می‌آموزند چگونه:

- سطح بلوغ دیجیتال سازمان خود را ارزیابی کنند؛
- فرصت‌های کاربرد هوش مصنوعی را شناسایی و اولویت‌بندی کنند؛
- از داده برای شناخت مشتری، رقبا و بازار استفاده کنند؛
- بازارهای هدف جدید را شناسایی و ارزیابی کنند؛
- فرصت‌های صادراتی و توسعه کسب‌وکار را کشف کنند؛
- فناوری را در خدمت بازاریابی، فروش و توسعه بازار قرار دهند؛
- و برای تحول دیجیتال سازمان، یک نقشه راه اولیه تدوین کنند.

کاربردهای دوره:

محتوای دوره به‌گونه‌ای طراحی شده است که قابلیت استفاده در حوزه‌های زیر را داشته باشد:

- مدیریت ارشد و تصمیم‌گیری مدیریتی
- تجارت بین‌الملل و توسعه بازار
- بازاریابی و فروش
- توسعه کسب‌وکار
- تحلیل مشتری و رقبا
- شناسایی فرصت‌های صادراتی
- مدیریت تحول سازمانی
- کاربرد هوش مصنوعی در کسب‌وکار

ویژگی‌های کلیدی دوره:

مدیریتی؛

تمرکز بر تصمیم‌های واقعی مدیران، نه صرفاً معرفی فناوری.

راهبردی؛

بررسی ارتباط تحول دیجیتال با استراتژی، رشد و مزیت رقابتی.

کاربردی؛

استفاده از مطالعات موردی، تحلیل مسائل واقعی و نمایش هدفمند کاربرد هوش مصنوعی.

بین‌المللی؛

تمرکز ویژه بر توسعه بازار، تجارت بین‌الملل و رقابت در بازارهای جهانی.

مسئله‌محور؛

تلاش برای تبدیل آموخته‌ها به تصمیم و اقدام در سازمان.

مخاطبین دوره:

این دوره برای گروه‌های زیر طراحی شده است:

- مدیران عامل؛
- اعضای هیئت‌مدیره؛
- مدیران ارشد؛
- مدیران بازرگانی و تجارت بین‌الملل؛
- مدیران بازاریابی و فروش؛
- مدیران توسعه کسب‌وکار؛
- مدیران استراتژی؛
- مدیران و مسئولان تحول سازمانی.

محور متمایز دوره:

تحول دیجیتال در خدمت تجارت و توسعه بازار

ویژگی اصلی این دوره آن است که تحول دیجیتال را نه صرفاً به‌عنوان یک موضوع فناورانه، بلکه به‌عنوان ابزاری برای توسعه

کسب‌وکار و رقابت در بازارهای بین‌المللی بررسی می‌کند.

در این چارچوب، مدیران بررسی خواهند کرد که چگونه می‌توان از فناوری، داده و هوش مصنوعی برای:

- شناسایی روندهای بازار و تجارت بین‌الملل
 - کشف و ارزیابی بازارهای جدید
 - شناخت عمیق‌تر مشتریان و رقبا
 - شناسایی فرصت‌های صادراتی
 - پایش قوانین و تغییرات محیط تجارت
 - توسعه بازاریابی، فروش و برند
 - افزایش سرعت و کیفیت تصمیم‌گیری
 - ایجاد مزیت رقابتی پایدار
- استفاده کرد.

سرفصل‌های دوره:

بخش اول | بیدارباش مدیرعامل؛ قواعد رقابت عوض شده است

- تحول دیجیتال چیست و چه تفاوتی با دیجیتال سازی دارد؟
- تغییر قواعد رقابت در عصر هوش مصنوعی؛
- تأثیر فناوری بر صنایع، مشتریان و بازارها؛
- ظهور رقبای جدید و مدل‌های کسب‌وکار متفاوت؛
- آسیب‌پذیری شرکت‌های موفق در برابر تحولات بازار؛
- ارزیابی سطح آمادگی و بلوغ دیجیتال سازمان.

بخش دوم | مشتری تغییر کرده؛ بازار هم تغییر کرده است

- تحول در رفتار و انتظارات مشتریان؛
- تغییر مسیر تصمیم‌گیری و خرید؛
- نقش داده در شناخت عمیق‌تر مشتری؛
- بخش‌بندی هوشمند بازار؛
- طراحی تجربه مشتری؛
- شخصی‌سازی ارتباطات؛
- شناسایی نیازهای آشکار و پنهان؛
- تبدیل اطلاعات مشتری به فرصت رشد.

هوش مصنوعی؛ از ابزار جذاب تا قابلیت راهبردی سازمان

- جایگاه واقعی هوش مصنوعی در مدیریت؛
- تفاوت استفاده فردی از AI با ایجاد قابلیت سازمانی؛
- کاربرد هوش مصنوعی در تحلیل بازار و رقبا؛
- بازاریابی، فروش و توسعه محصول؛
- ارتباط با مشتری و تصمیم‌سازی مدیریتی؛
- تولید و تحلیل محتوا؛
- تحلیل حجم گسترده اطلاعات و شناسایی الگوها؛
- پیش‌بینی رفتار مشتری و تهیه گزارش‌های مدیریتی؛
- محدودیت‌ها، خطاهای احتمالی و محرمانگی اطلاعات؛
- استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی.

بخش سوم | تحول دیجیتال در خدمت توسعه بازارهای بین‌المللی

رادار بازار؛ شناسایی فرصت‌های جدید

- شناسایی روندهای تجارت و بازار؛
- کشف بازارهای در حال رشد؛
- شناسایی مشتریان، رقبا و شرکای بالقوه؛
- مقایسه و ارزیابی بازارهای هدف؛
- تحلیل جذابیت و ریسک بازارها؛
- شناسایی فرصت‌های صادراتی و تجاری؛
- پایش قوانین، مقررات و تغییرات محیط بین‌المللی.

موتور رشد؛ بازاریابی، فروش و توسعه کسب و کار

- بازطراحی بازاریابی در فضای دیجیتال؛
- ارتباط یکپارچه میان بازاریابی، فروش و توسعه بازار؛
- استفاده از داده برای جذب و حفظ مشتری؛
- مدیریت سرخ‌های فروش؛
- سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)؛
- اتوماسیون بازاریابی و فروش؛
- توسعه برند و شخصی‌سازی محتوا؛
- تبدیل فعالیت‌های دیجیتال به نتایج قابل اندازه‌گیری در فروش و رشد کسب و کار.

از تحول تا مزیت رقابتی؛ نقشه راه مدیرعامل

- دلایل شکست پروژه‌های تحول دیجیتال؛
- انتخاب اولویت‌های صحیح؛
- ارتباط استراتژی کسب و کار با سرمایه‌گذاری دیجیتال؛
- مدیریت مقاومت سازمانی؛
- نقش مدیرعامل و تیم مدیریت؛
- توسعه مهارت‌ها و فرهنگ مورد نیاز برای تحول؛
- طراحی نقشه راه تحول دیجیتال؛
- تعیین اقدامات کوتاه‌مدت و دستاوردهای سریع؛
- تعریف شاخص‌های سنجش موفقیت؛
- اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال.

دست‌آورد نهایی دوره:

در پایان دوره، شرکت‌کنندگان قادر خواهند بود نقشه راه اولیه تحول دیجیتال سازمان خود را با تمرکز بر رشد بازار و مزیت رقابتی تدوین کنند.

از «چه فناوری‌ای بخریم؟»

برای دستیابی به اهداف کسب و کار، چه قابلیت‌های دیجیتالی باید ایجاد کنیم؟

پیام کلیدی:

تحول دیجیتال خرید فناوری نیست؛
بازطراحی شیوه‌ای است که سازمان با آن
تصمیم می‌گیرد، مشتری را می‌شناسد، بازار را توسعه می‌دهد،
ارزش خلق می‌کند و در عرصه بین‌المللی رقابت می‌کند.

فرم ثبت نام:

مشخصات شرکت کننده	
نام خانوادگی:	نام
نام شرکت:	تلفن همراه:
سمت در شرکت:	تلفن:
عضویت در کمیته ایرانی ICC: ☐ بله ☐ خیر	فکس:
شرکت در دوره: ☐ آنلاین ☐ حضوری	ایمیل:

Title (Mr/Dr/Mrs/etc.):
Family name:
First name:
Position:
Company:

مبلغ واریز شده:
شماره فیش واریزی :
تاریخ فیش واریزی :

امضاء

تاریخ