

التكليف العملي الثالث

عنوان التكليف:

استراتيجيات التسعير الذكي باستخدام التقنيات الحديثة

الهدف:

تمكين الطالب من فهم مفهوم التسعير الذكي وتحليل كيفية استخدام التقنيات الحديثة والبيانات الرقمية في بناء استراتيجيات تسعير مرنة تساعد الشركات على تحسين الأرباح وتعزيز قدرتها التنافسية.

المطلوب من الطالب:

يقوم الطالب باختيار شركة أو منصة رقمية تستخدم استراتيجيات التسعير الذكي أو شركة افتراضية غير موجودة (يفترضها الطالب)، ثم إعداد تقرير تحليلي يتضمن المحاور التالية:

1. تقديم نبذة مختصرة عن الشركة أو المنصة وطبيعة المنتجات أو الخدمات التي تقدمها .
2. توضيح مفهوم التسعير الذكي وكيفية تطبيقه داخل الشركة المختارة .
3. تحديد التقنيات والأدوات المستخدمة في إدارة التسعير، مثل :
 - الذكاء الاصطناعي
 - تحليل البيانات الضخمة
 - الخوارزميات التنبؤية
 - أنظمة التسعير الديناميكي
4. شرح العوامل التي تعتمد عليها الشركة في تعديل الأسعار، مثل :
 - حجم الطلب
 - توقيت الشراء
 - سلوك العملاء
 - أسعار المنافسين
 - الموقع الجغرافي أو المواسم
5. تحليل أثر استراتيجيات التسعير الذكي على :
 - رضا العملاء
 - حجم المبيعات
 - الأرباح
 - القدرة التنافسية
6. مناقشة التحديات أو الجوانب السلبية المحتملة لاستخدام التسعير الذكي، مثل :
 - شعور بعض العملاء بعدم العدالة
 - تقلب الأسعار المستمر
 - مشكلات الخصوصية وتحليل البيانات
7. تقديم تقييم شخصي حول مدى نجاح استراتيجية التسعير المستخدمة، مع اقتراحات لتطويرها أو تحسينها مستقبلاً .

يمكن للطالب الاستعانة بأمثلة من شركات التجارة الإلكترونية أو تطبيقات النقل أو منصات الحجز والخدمات الرقمية، مع تنظيم التقرير بصيغة PDF واضحة ومنهجية.

التكليف العملي الرابع

عنوان التكليف:

استخدام التقنيات الحديثة في إدارة أنشطة التوزيع

الهدف:

تنمية قدرة الطالب على فهم دور التقنيات الحديثة في تطوير أنشطة التوزيع وإدارة سلاسل الإمداد، وتحليل كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء وتحليل البيانات في تحسين كفاءة العمليات التوزيعية.

المطلوب من الطالب:

يقوم الطالب باختيار شركة أو مؤسسة تستخدم التقنيات الحديثة في إدارة التوزيع أو الخدمات اللوجستية، ثم إعداد تقرير تحليلي يتضمن المحاور التالية:

1. تقديم نبذة مختصرة عن الشركة وطبيعة نشاطها التوزيعي أو اللوجستي .
2. توضيح مفهوم التوزيع الذكي وأهميته في البيئة الرقمية الحديثة .
3. تحديد التقنيات الحديثة المستخدمة في إدارة التوزيع داخل الشركة، مثل :
 - الذكاء الاصطناعي
 - تحليل البيانات
 - إنترنت الأشياء (IoT)
 - البلوك تشين
 - أنظمة التتبع الذكية
4. شرح كيفية استخدام هذه التقنيات في :
 - إدارة المخزون
 - تتبع الشحنات والطلبات
 - التنبؤ بالطلب
 - تحسين سرعة وكفاءة التوزيع
 - تقليل الأخطاء والتكاليف
5. تحليل أثر استخدام التقنيات الحديثة على :
 - جودة الخدمة
 - سرعة التسليم
 - رضا العملاء
 - الكفاءة التشغيلية
6. مناقشة أبرز التحديات التي قد تواجه الشركات في تطبيق أنظمة التوزيع الذكي، مثل :
 - ارتفاع تكاليف التكنولوجيا
 - المخاطر التقنية أو الأمنية
 - الحاجة إلى تدريب العاملين
7. تقديم تقييم شخصي حول مدى نجاح الشركة في توظيف التقنيات الحديثة في إدارة أنشطة التوزيع، مع اقتراحات للتطوير والتحسين .

يمكن للطالب دعم التقرير بأمثلة واقعية أو صور أو مخططات توضيحية، مع ضرورة تنظيم العمل بصيغة PDF واضحة ومنهجية.

التكليف العملي الخامس

عنوان التكليف:

استخدام التقنيات الحديثة في الأنشطة الترويجية

الهدف:

تمكين الطالب من فهم دور التقنيات الحديثة في تطوير الأنشطة الترويجية، وتحليل كيفية استخدام البيانات والمنصات الرقمية وأدوات الذكاء الاصطناعي في تصميم وتنفيذ الحملات الترويجية الحديثة.

المطلوب من الطالب:

يقوم الطالب باختيار حملة ترويجية رقمية حقيقية لشركة أو علامة تجارية، ثم إعداد تقرير تحليلي يتضمن المحاور التالية:

1. تقديم نبذة مختصرة عن الشركة أو العلامة التجارية والحملة الترويجية المختارة .
2. توضيح التقنيات الحديثة المستخدمة في تنفيذ الأنشطة الترويجية، مثل :
 - منصات الإعلان الرقمي
 - أدوات تحليل البيانات
 - الذكاء الاصطناعي
 - التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
 - تقنيات تخصيص المحتوى
3. شرح كيفية استخدام البيانات وتحليل سلوك العملاء في :
 - تحديد الجمهور المستهدف
 - تخصيص الرسائل الترويجية
 - اختيار القنوات المناسبة للحملة
4. تحليل عناصر الحملة الترويجية من حيث :
 - نوع المحتوى المستخدم
 - الإبداع في الرسالة الترويجية
 - مستوى التفاعل مع الجمهور
 - استخدام الصور أو الفيديو أو المحتوى التفاعلي
5. تقييم دور المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في نجاح الحملة وتحقيق أهدافها التسويقية .
6. مناقشة الفوائد والتحديات المرتبطة باستخدام التقنيات الحديثة في الأنشطة الترويجية، مثل :
 - سرعة الوصول للجمهور
 - دقة الاستهداف
 - كثافة المنافسة الرقمية
 - قضايا الخصوصية والإعلانات الموجهة
7. تقديم تقييم شخصي حول مدى نجاح الحملة الترويجية، مع اقتراحات لتحسين فعاليتها أو تطويرها مستقبلاً .

يمكن للطالب دعم التقرير بأمثلة من الإعلانات أو المنشورات أو لقطات من الحملة الرقمية، مع تنظيم العمل بصيغة PDF واضحة ومنهجية.