

دورة حياة المشروع (Project Life Cycle) دورة حياة المشروع (Project Life Cycle) سلسلة مراحل يمر بها المشروع منذ بدايته وحتى اكتماله، وتتضمن دورة حياة المشروع عدة مراحل منها: **مرحلة البدء (Initiation)** ** تتضمن تحديد احتياجات المشروع بشكل عام، والحصول على الموافقة. **مرحلة التخطيط (Planning)** ** تتضمن تفاصيل العمل والموارد والجدول الزمني والتكاليف والمخاطر المحتملة. **مرحلة التنفيذ (Execution)** ** تتضمن تتبع التقدم وإجراء التعديلات اللازمة للبقاء على المسار الصحيح. * تتضمن إكمال الأنشطة وتسليم المخرجات وإنهاء المشروع. وسيتم تعيينها في مخطط Gantt (جانث) كمهمة رئيسية، * إدارة المخاطر المحتملة: ستستغرق هذه المهمة الفرعية 5 أيام، * حل التحديات: ستستغرق هذه المهمة الفرعية 5 أيام، بدءاً من 23/10/2025م وحتى 29/10/2025م. **الإنهاء (Closing)** ** ستستغرق مرحلة الإنهاء 3 أيام إجمالاً، وسيتم تعيينها في مخطط Gantt (جانث) كمهمة رئيسية، وهما: بدءاً من 30/10/2025م وحتى 2/11/2025م. * إعداد التقرير النهائي في 3/11/2025م. ### العلاقات بين المهام (Relationships) ترتبط معظم مهام المشروع ببعضها البعض، قد يكون للمهمة الواحدة مهمة سابقة (يجب إكمالها أولاً) ومهمة لاحقة (تبدأ بعدها). ويُعد فهم تبعيات المهام ضرورياً جداً، هناك أربعة أنواع ممكنة للعلاقات المنطقية: | نوع العلاقة | الوصف | | النهاية للبداية (Finish to Start) | | يجب إنهاء المهمة الحالية قبل البدء بالمهمة الالية. | | النهاية للنهاية (Finish to Finish) | | يجب أن تنتهي مهمة ما لتنتهي مهمة أخرى (تنتهي المهمتان معاً). | | البداية للنهاية (Start to Finish) | | يجب أن تبدأ مهمة ما قبل أن تنتهي المهمة الأخرى. | | التحول الرقمي والتكنولوجيا (Digital Transformation and Technology) ### مراحل التحول الرقمي (Stages of Digital Transformation) التحول الرقمي عملية تدريجية تمر بثلاث مراحل أساسية، حيث تعتمد كل مرحلة على ما تم تحقيقه في المرحلة التي تسبقها. 1. **من الورق إلى الشاشة (From Paper to Screen)** في المرحلة الأولى يتم تحويل المعلومات التناظرية (غير الرقمية) إلى تنسيق رقمي. يتم مسح الكتب المدرسية المطبوعة أو وثائق المناهج الدراسية ضوئياً وتحويلها إلى ملفات PDF، وتخزينها على جهاز الحاسوب. * في المرحلة التالية تُستخدم الأدوات الرقمية لتحسين العمليات الحالية، وزيادة كفاءتها دون الحاجة إلى تغيير النظام بأكمله. على سبيل المثال: يتم رفع المناهج الدراسية التي تم تحويلها إلى ملفات PDF على منصة مشتركة تسمح للمعلمين والطلبة الوصول إليها في أي وقت. 3. **تطوير النظام (System Development)** حيث لا تقتصر على استخدام أدوات رقمية، بل تتجاوز ذلك إلى ابتكار طرق جديدة تماماً لممارسة الأعمال أو تقديم الخدمات. على سبيل المثال: بدلاً من مجرد وضع المناهج الدراسية الحالية على الإنترنت، لأنها تساعد المدارس على تقديم تجارب تعليمية مبتكرة ومواكبة الاحتياجات التعليمية الحديثة. **التحول الرقمي لا يقتصر على التقنية فحسب، وتواصلهم، وأسلوب عملهم، ** ### التقنيات الأساسية التي تدفع التحول الرقمي (Core Technologies Driving Digital Transformation) **الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)** يسهم الذكاء الاصطناعي في تطوير أنظمة مؤتمتة لتبسيط آلية اتخاذ القرارات وتحسين أدائها باستخدام المستشعرات الصوتية، * **الحوسبة السحابية (Cloud Computing)** **إنترنت الأشياء (Internet of Things)** * يُقصد بإنترنت الأشياء: الأجهزة المتصلة عبر الإنترنت لجمع البيانات وتبادلها، وإدارة استهلاك الطاقة. **البيانات الضخمة (Big Data)** * تُجلب البيانات الضخمة دوراً أساسياً في تحويل البيانات إلى معلومات ذات قيمة، أكثر من ذلك، * **تقنية البلوكتشين (Blockchain Technology)** * تُسهم تقنية البلوكتشين في سوق بيئة موثوقة ومشفّرة لتبادل البيانات والمعاملات دون الحاجة إلى وسطاء، * يُضيف الواقع المعزز عناصر رقمية إلى العالم الحقيقي باستخدام الهاتف أو النظارات الذكية، ومحاكاة التدريب والجولات الافتراضية والعمليات الفنية عن بعد. * **شبكات الجيل الخامس (5G Networks)** والتي سوف توفر سرعات أعلى، واتصالات أكثر موثوقية، خاصة لمنصات مثل الواقع الافتراضي، والمركبات ذاتية القيادة، والذكاء الاصطناعي. * عندما تنتقل الأنشطة إلى الإنترنت تصبح هدفاً للمتسللين، حيث يمكن للجهات الإلكترونية سرقة البيانات الضخمة، أو المطالبة بدفع فدية. * **مخالفات الخصوصية (Privacy Concerns)** * قد يبدي الموظفون مقاومة عند تطبيق التحول الرقمي، بسبب الخوف من فقدان وظائفهم، أو صعوبة التكيف مع الأدوات الرقمية الجديدة. لذلك، مما يتطلب من المؤسسات الاستثمار في أدوات وبرامج تدريبية جديدة. وإدارة التكاليف، يبدأ العديد منها باستخدام أدوات مجانية أو أساسية، ثم يقومون بالترقية تدريجياً. * **الاعتماد على التقنية (Dependence of Technology)** * قد يكون الاعتماد المفرط على الأنظمة الرقمية محفوفاً بالمخاطر، لتجنب ذلك، يمكن للمؤسسات استخدام أنظمة هجينة تدمج بين الحلول الرقمية والتقليدية. ## 3. التسويق الإلكتروني (E-Marketing) المعروف أيضاً باسم التسويق الرقمي، هو عملية الإعلان عن المنتجات أو الخدمات والترويج لها عبر القنوات الرقمية، مثل:

مواقع الويب، والبريد الإلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي. ويتضمن التسويق الرقمي التخطيط والتنفيذ للاستراتيجيات للترويج عن المنتجات وتوزيعها، وتقديم السلع، وتلبية طلبات العملاء. ### أنواع التسويق الإلكتروني (Types of E-Marketing) * * * التسويق عبر البريد الإلكتروني * * * يهدف إلى إنشاء محتوى شيق ومفيد، أو تقديم معلومات مفيدة لجذب العملاء، وتركيز جهود التسويق في المحتوى الأصلي من خلال الصور والتفاعلات أو مقاطع فيديو التفاعل. * * * التسويق بالعمولة * * * يكون من خلال إرسال الرسائل أو الحصول إلى المصادر، أو نشر الإعلانات، أو غيرها. * * * التسويق للمستخدم * * * ### مزايا وتحديات التسويق الإلكتروني (Advantages and Challenges of E-marketing) | المزايا | التحديات | :--- | | :--- | | تقليل تكاليف التسويق، | زيادة في القضايا المتعلقة بالأمن والخصوصية، مثل سرقة البيانات والاحتيال عبر الإنترنت. | | يمكن تحقيق نتائج سريعة من الحملة التسويقية بفضل القدرة على استهداف العملاء المناسبين. | قد يضطر البائع إلى التنافس عالمياً مع مزودي المنتجات أو الخدمات من جميع أنحاء العالم. |