



دانشکده مدیریت و اقتصاد
دانشگاه صنعتی شریف

• دوره‌های آموزشی

تحول هوش مصنوعی: شکل‌دهی آینده کسب‌وکارها

AI Transformation: Shaping the Future of Business



۰۲۱۸۲۸۰۴۰۷۱

فهرست

۵۲

معرفی دوره‌های کوتاه‌مدت دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف

۵۳

مزایای شرکت در دوره‌های دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف

۵۴

آشنایی با دوره

۵۶

اساتید دوره

۱۱

مخاطبان دوره

۱۲

اهداف دوره

۱۳

طرح درس در یک نگاه

۱۵

مطالعات موردی

۱۷

محتوای دوره

۲۳

نحوه ثبت‌نام و هزینه

۲۴

گواهی شرکت در دوره

۲۵

جدول زمان‌بندی

۲۶

محل برگزاری و نحوه ارتباط با ما



معرفی دوره‌های کوتاه‌مدت دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف

این دانشکده محل نوشته شدن داستان آدم‌هاست؛ محل تحقق یافتن آرزوها و اهداف دانشجویان زیادی که هرکدام، جایی از دنیا مشغول انجام کارهای بزرگی هستند.

حالا بیش از هر زمانی دانشکده مدیریت و اقتصاد با آغوش باز پذیرای افرادی است که می‌خواهند قدمی برای رشد و یادگیری بردارند و در این جهان شلوغ نقطه‌ای را برای ساختن و نقش ایفا کردن پیدا کنند. این دانشکده در نظر دارد که با برگزاری دوره‌های تخصصی کوتاه‌مدت در حوزه مدیریت و اقتصاد، محلی برای ورود افراد فعال صنعت به جمع خانواده بزرگ و پویای شریفی‌ها باشد. با استفاده از روش‌های تازه یادگیری و آموزش مطالب کاربردی کنار شما خواهیم بود تا شاهد نوشته شدن داستان تازه‌ای باشیم.



مزایای شرکت در دوره‌های دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف



۲۵ سال سابقه برگزاری دوره‌های (MBA)

۱



برترین اساتید

۲



استفاده از چالش‌های واقعی دنیای صنعت

۳



شبکه‌سازی سازنده

۴



گواهی معتبر دانشگاه صنعتی شریف

۵



توانمندسازی نیروی انسانی سازمان‌ها

۶

معرفی دوره



تحول هوش مصنوعی: شکل دهی آینده کسب و کارها AI Transformation: Shaping the Future of Business



آشنایی با دوره

در این دوره، مدیران و رهبران کسب و کار با ماهیت و پتانسیل واقعی هوش مصنوعی و نقش آن به عنوان یک فناوری تحولی آشنا می‌شوند. این دوره به آن‌ها کمک می‌کند تا درکی سیستماتیک و عمیقی از اثرات گسترده هوش مصنوعی بر مدل‌های کسب و کار و استراتژی‌های نوآوری و چگونگی ادغام آن در کسب و کار خود کسب کنند. به طور مشخص معماری کسب و کارهای هوش مصنوعی محور و چگونگی پیاده‌سازی هوش مصنوعی در تمامی فرآیندها و عملیات خود از محورهای اصلی این دوره است. همچنین راهکارهای عملی برای پیش‌بینی، خودکارسازی و شخصی‌سازی فرآیندها ارائه می‌گردد و کاربردهای هوش مصنوعی در بخش‌های مختلف کسب و کار مطرح شده و فرصت‌های جدیدی برای افزایش رقابت‌پذیری به نمایش گذاشته می‌شود. چالش‌های پیاده‌سازی هوش مصنوعی، راهکارهای غلبه بر آن‌ها و راهکارهای عملی برای مدیریت مسئولانه هوش مصنوعی در قالب مطالعات موردی کاربردی نیز در این دوره گنجانده شده است. در پایان، یک چارچوب ارزیابی برای مدیریت تحول سازمانی به سمت هوش مصنوعی ارائه می‌شود تا شرکت‌ها بتوانند این مسیر را با موفقیت طی کنند.



دکتر سید ایمان میرعمادی

- عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف
- دکتری دانشکده مدیریت و تکنولوژی اقتصاد دانشگاه چالمرز سوئد
- مدیر مرکز استراتژی و تحول هوش مصنوعی شریف



simiremadi@sharif.edu



دکتر محمد رسولی

- محقق هوش مصنوعی دانشگاه Stanford
- مشاور سابق در شرکت مشاوره مدیریت McKinsey & Company
- در دفاتر نیویورک و سن فرانسیسکو
- مدیر عامل و بنیان‌گذار AIx2
- دکتری مهندسی برق و کامپیوتر در حوزه یادگیری ماشین،
دانشگاه میشیگان



@Mohammad Rasouli



دکتر حسین نیلی

- مدیر هوش مصنوعی شرکت همکاران سیستم
- دکتری هوش مصنوعی از دانشگاه Southampton



@Hossein Nili



دکتر روح الله هنرور

- دکتری سیستم‌های اطلاعاتی از مدرسه اقتصاد لندن (LSE)
- استاد صنعت دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف



@Roohollah Honarvar



دکتر علی بهناز

- **AI Lead** در شرکت Quantium، بزرگترین شرکت مشاوره هوش مصنوعی در استرالیا
- **دکتری یادگیری ماشین** کاربردی، دانشگاه UNSW سیدنی، استرالیا - مدرس در حال حاضر در حوزه AI Innovation
- **هم‌بنیان‌گذار** نت‌برگ



@Ali Behnaz



این دوره به مدیران و رهبران کسب‌وکار، مدیران استراتژی و فناوری، و تصمیم‌گیران سازمانی پیشنهاد می‌شود که به دنبال درک بهتر هوش مصنوعی و کاربردهای آن در کسب‌وکار هستند. همچنین برای افرادی که مسئولیت راه‌اندازی یا هدایت استراتژی‌های تحول هوش مصنوعی را برای کسب‌وکار خود بر عهده دارند و می‌خواهند سازمان خود را به یک سازمان پیشرو و مبتنی بر هوش مصنوعی تبدیل کنند، بسیار مناسب است.

اهداف دوره

- درک چشم‌انداز تحولی هوش مصنوعی و تأثیر آن بر کسب‌وکارها
- درک نحوه تأثیر هوش مصنوعی بر استراتژی‌های کسب‌وکار و مدل‌های عملیاتی
- یادگیری تغییر سیستم‌ها، فرآیندها و معماری سازمانی برای شکل‌دهی سازمان مبتنی بر هوش مصنوعی
- یادگیری و به‌کارگیری چارچوب استراتژیک برای تحول هوش مصنوعی در کسب‌وکار
- مدیریت چالش‌های پیاده‌سازی هوش مصنوعی در سازمان
- یادگیری ارزیابی پیشرفت سازمان‌های سنتی در تبدیل شدن به یک سازمان مبتنی بر هوش مصنوعی
- درک کاربردهای قابل اجرا و متنوع هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای کسب‌وکارها و صنایع
- یادگیری چگونگی ادغام هوش مصنوعی مولد به مدل‌های کسب‌وکار و بررسی تأثیر آن
- آشنایی با چالش‌های اخلاقی و مدیریت مسئولانه هوش مصنوعی برای جلب اعتماد مشتریان
- بررسی عمیق نمونه‌های کاربردی و تجربه‌های موفق در پیاده‌سازی هوش مصنوعی در سطح دنیا و کسب‌وکارهای داخلی



طرح درس در یک نگاه

مفاهیم کلیدی	تاریخ	سر فصل های اصلی درس
<p>مفهوم انقلاب هوش مصنوعی و تمایز آن با سایر فناوری‌های نوظهور</p> <p>تأثیرات گسترده هوش مصنوعی بر اقتصاد، جامعه و کسب‌وکارها</p> <p>درک سیستمی از هوش مصنوعی مناسب برای مدیران کسب‌وکار</p>	<p>▼</p> <p>پنجشنبه ۲۹ آذر</p>	<p>● سرفصل ۱: عصر هوش مصنوعی</p> <p>بخش ۱- هیاهوی هوش مصنوعی برای چیست؟</p>
	<p>پنجشنبه ۲۹ آذر</p>	<p>بخش ۲- تعریف هوش مصنوعی</p>
<p>مفهوم شرکت هوش مصنوعی محور و عناصر اصلی آن: جریان داده، توسعه الگوریتم‌ها، زیرساخت‌های نرم‌افزاری و پلتفرم توسعه</p> <p>تأثیر هوش مصنوعی بر مدل‌های کسب‌وکار و عملیاتی شرکت‌ها</p> <p>کارکردهای اصلی شرکت‌های هوش مصنوعی محور: پیش‌بینی، شناسایی الگو، خودکارسازی فرآیند و شخصی‌سازی</p> <p>استراتژی نوآوری تحول‌آفرین: رقابت میان شرکت‌های هوش مصنوعی محور و شرکت‌های سنتی</p>	<p>▼</p> <p>پنجشنبه ۲۹ آذر</p>	<p>● سرفصل ۲: شرکت‌های هوش مصنوعی محور</p> <p>بخش ۳- شرکت هوش مصنوعی محور و کارکردهای آن</p>
	<p>پنجشنبه ۶ دی</p>	<p>بخش ۴- عناصر اصلی شرکت هوش مصنوعی محور</p>
	<p>پنجشنبه ۶ دی</p>	<p>بخش ۵- استراتژی نوآوری تحول‌آفرین: شرکت‌های هوش مصنوعی محور و شرکت‌های سنتی</p>
<p>اطلس کسب‌وکارهای هوش مصنوعی در جهان و ایران</p> <p>کاربرد هوش مصنوعی در بخش‌های مختلف کسب‌وکار (مانند بازاریابی، منابع انسانی و ...)</p> <p>فرصت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی مولد برای کسب‌وکارها</p> <p>ادغام هوش مصنوعی مولد در فرآیندهای کسب‌وکار</p>	<p>▼</p> <p>پنجشنبه ۱۳ دی</p>	<p>● سرفصل ۳: کاربردهای هوش مصنوعی در کسب‌وکار</p> <p>بخش ۶- کاربردهای هوش مصنوعی و تحول کسب‌وکارها</p>
	<p>پنجشنبه ۱۳ دی</p>	<p>بخش ۲- ظهور هوش مصنوعی مولد</p>

مفاهیم کلیدی	تاریخ	سر فصل های اصلی درس
<p>. نحوه تأثیر هوش مصنوعی بر استراتژی‌های کسب و کار و مدل‌های عملیاتی</p> <p>. اثرات یادگیری مبتنی بر داده و اثرات شبکه‌ای در استراتژی‌های هوش مصنوعی</p> <p>. دو استراتژی اصلی توسعه هوش مصنوعی در کسب‌وکار: توسعه داخلی و استفاده از هوش مصنوعی به عنوان یک سرویس بیرونی</p> <p>. چالش‌های اخلاقی و مدیریت مسئولانه هوش مصنوعی برای جلب اعتماد مشتریان</p>	<p style="text-align: center;">▼</p> <p>پنجشنبه ۲۰ دی</p>	<p>• سرفصل ۴: استراتژی هوش مصنوعی</p>
	<p>پنجشنبه ۲۰ دی</p>	<p>. بخش ۸- استراتژی و توسعه هوش مصنوعی</p>
	<p>پنجشنبه ۲۰ دی</p>	<p>. بخش ۹- پیوند ضروری: انسان و هوش مصنوعی</p> <p>. بخش ۱۰- اخلاق هوش مصنوعی و مدیریت ریسک‌های آن</p>
<p>. مسیر تحول یک سازمان سنتی به یک سازمان هوش مصنوعی محور</p> <p>. چارچوبی برای ارزیابی پیشرفت سازمان‌های سنتی در تبدیل شدن به یک سازمان مبتنی بر هوش مصنوعی</p> <p>. چهار عامل اصلی در تحول هوش مصنوعی سازمان‌ها: استراتژی، حکمرانی، معماری و فرهنگ</p> <p>. موانع پیش‌روی پیاده‌سازی هوش مصنوعی در کسب‌وکار و راهکارهای کارآمد برای پیاده‌سازی موفق آن</p>	<p style="text-align: center;">▼</p> <p>پنجشنبه ۲۷ دی</p>	<p>• سرفصل ۵: مسیر تحول هوش مصنوعی</p>
	<p>پنجشنبه ۲۷ دی</p>	<p>. بخش ۱۱- گام‌های تحول هوش مصنوعی در کسب‌وکارها</p> <p>. بخش ۱۲- چالش‌های پیاده‌سازی هوش مصنوعی و غلبه بر موانع موفقیت</p>



مطالعات موردی (Case Studies)

در این درس تلاش شده تا با استفاده از مطالعات موردی کاربردی از صنایع مختلف (شامل کسب‌وکارهای فناورانه و کسب‌وکارهای غیر دیجیتال، به تأثیر کاربردهای هوش مصنوعی در متحول‌سازی کسب‌وکارها پرداخته شود. این مطالعات به چالش‌های پیچیده و موانع پیش روی سازمان‌ها در مسیر پیاده‌سازی هوش مصنوعی می‌پردازند و در عین حال راهکارهای نوآورانه‌ای برای عبور از این دشواری‌ها ارائه می‌دهند.

عنوان کیس	توضیح	شرکت مورد بررسی
پذیرش الگوریتم‌های هوش مصنوعی در حوزه استخدام سازمان	یک شرکت بزرگ تولیدی محصولات خانگی برای بهبود فرآیند استخدام، از خدمات هوش مصنوعی یک شرکت فناوری استفاده می‌کند. این سیستم با ارزیابی داده‌های شخصیتی و حرفه‌ای متقاضیان و با استفاده از یادگیری ماشین، به شناسایی ویژگی‌های مناسب برای هر شغل کمک می‌کند. در این مسیر، چالش‌هایی نظیر انتخاب داده‌های مناسب و تطابق نتایج با ارزیابی‌های انسانی پیش آمد، اما در نهایت نشان داده می‌شود که چگونه هوش مصنوعی می‌تواند به فرآیند استخدام کمک کند.	NeuroYou and MultiCo
تحول با هوش مصنوعی: از پیش‌بینی تقاضا تا شخصی‌سازی محصولات	نایکی که در نگاه اول شرکتی غیر دیجیتال محسوب می‌شود، با استفاده از هوش مصنوعی در تمامی بخش‌های زنجیره ارزش خود، تحولی بنیادین در سازمان ایجاد کرده است. این شرکت از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی تقاضا، بهینه‌سازی زنجیره تأمین و طراحی محصولات شخصی‌سازی شده بر اساس داده‌های مشتریان بهره می‌برد. همچنین، با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین در تحلیل داده‌های فروش و ترجیحات مشتریان، توانسته تجربه خرید بهتری ارائه دهد و کارایی عملیاتی خود را به طور چشمگیری افزایش دهد.	Nike



<p>Microsoft</p>	<p>پس از حرکت مایکروسافت به سمت تحول هوش مصنوعی، دو چالش بزرگ ایجاد شد. چالش اول، شکاف فرهنگی بین کارکنان قدیمی مایکروسافت و تیم‌های جدید OpenAI بود که باعث تنش‌های داخلی شد. چالش دوم، اقناع مشتریان سنتی نسبت به ارزش محصولات هوش مصنوعی بود. در نهایت نشان داده می‌شود که شرکت چگونه مشتریان خود را در پذیرش محصولات مبتنی بر هوش مصنوعی متقاعد می‌کند و چگونه چالش‌های فرهنگی درون سازمانی را کنترل می‌کند.</p>	<p>رهبری و تحول شرکت به سمت هوش مصنوعی</p>
<p>DBS Bank</p>	<p>بانک DBS حرکت به سمت شرکت هوش مصنوعی محور را در دستور کار قرار داد. چالش‌های مختلفی در این تحول وجود داشت مانند نوسازی سیستم‌های قدیمی و ناکارآمدی برای پذیرش هوش مصنوعی، جذب استعدادهای هوش مصنوعی و شکست‌های پروژه‌های اولیه هوش مصنوعی. در نهایت نشان داده می‌شود که چگونه یک سازمان می‌تواند ضمن غلبه بر چالش‌های ذکر شده، هوش مصنوعی را در سراسر مدل کسب و کار خود نهادینه کند.</p>	<p>ورود به دنیای فناوری و تبدیل به یک شرکت هوش مصنوعی محور</p>
<p>RIMAC Insurance Company</p>	<p>ریماک، بزرگ‌ترین شرکت بیمه پرو، استراتژی جدیدی با تمرکز بر هوش مصنوعی اتخاذ کرد. این تحول برای بهبود تجربه مشتریان و بهینه‌سازی فرآیندهای داخلی صورت گرفت، اما با چالش‌هایی نظیر داده‌های پراکنده، تعامل ناکافی بین تیم‌های مهندسی و تحلیل داده، مقاومت‌های درون سازمانی، مقیاس‌پذیری مدل‌های هوش مصنوعی مواجه بود. شرکت با پیاده‌سازی یک چارچوب حکمرانی داده، دسترسی به داده‌های باکیفیت را بهبود بخشید و همکاری بین تیم‌های داده را تسهیل کرد. همچنین با راه‌اندازی مدل کسب‌وکار هوش مصنوعی محور، مقیاس‌پذیری پروژه‌ها را افزایش داد. برنامه‌های آموزشی و فرهنگی نیز به تغییر نگرش رهبران و ترویج فرهنگ داده‌محور در سازمان کمک کردند.</p>	<p>مقیاس‌پذیری مدل‌های هوش مصنوعی در کسب و کارها</p>



محتوای دوره

۲ ساعت 

سرفصل ۱

عصر هوش مصنوعی (The Age of AI)

بخش ۱- هیاهوی هوش مصنوعی برای چیست (What's the Buzz)?
این بخش، به بررسی تحولات فناورانه و تأثیرات گسترده انقلاب هوش مصنوعی می‌پردازد. این بخش فراتر از تبلیغات و هیاهوی اطراف هوش مصنوعی، به ماهیت واقعی آن و نقش آن به عنوان یک فناوری همه منظوره در کسب‌وکارهای مختلف می‌پردازد. همچنین، تفاوت هوش مصنوعی با سایر فناوری‌های نوظهور و تأثیرات وسیع این فناوری بر اقتصاد و جامعه تحلیل می‌شود.

بخش ۲- تعریف هوش مصنوعی (Definition of AI)

این بخش، به تعاریف هوش مصنوعی از زوایای مختلف می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه درک سیستمی مدیران از هوش مصنوعی زمینه‌ساز پیاده‌سازی استراتژی‌های نوآورانه در کسب‌وکارها می‌شود. با ارائه تصویری دقیق از ماهیت هوش مصنوعی، این بخش به مدیران کمک می‌کند تا نقش کلیدی آن را در دنیای کسب‌وکار امروز بهتر درک کرده و از پتانسیل آن برای تحول استفاده کنند.

. مفهوم انقلاب هوش مصنوعی و تمایز آن با سایر فناوری‌های نوظهور
. تأثیرات گسترده هوش مصنوعی بر اقتصاد، جامعه و کسب‌وکارها
. درک سیستمی از هوش مصنوعی مناسب برای مدیران کسب‌وکار

لیست
مفاهیم کلیدی
سرفصل ۱



شرکت‌های هوش مصنوعی محور (AI-First Firm)

بخش ۳- شرکت هوش مصنوعی محور و کارکردهای آن (AI-First Firm Outputs)
این بخش به تبیین مفهوم شرکت‌های هوش مصنوعی محور و ویژگی‌های متمایزکننده آن‌ها نسبت به شرکت‌های سنتی می‌پردازد. همچنین، تأثیرات هوش مصنوعی بر مدل‌های کسب و کار و عملیاتی این شرکت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این قسمت، چهار کارکرد کلیدی و نتایج حاصل از فعالیت شرکت‌های هوش مصنوعی محور و کاربردهای آن‌ها به تفصیل توضیح داده می‌شود: پیش‌بینی، شناسایی الگوها، خودکارسازی فرآیندها، و شخصی‌سازی.

بخش ۴- عناصر اصلی شرکت هوش مصنوعی محور (Key Components of AI-First)
در این بخش به تشریح مفهوم شرکت‌های هوش مصنوعی محور پرداخته می‌شود، شرکت‌هایی که برخلاف ساختارهای سنتی و سلسله‌مراتبی، هوش مصنوعی را در قلب تمامی عملیات و فرآیندهای خود قرار داده‌اند. عناصر اصلی این نوع شرکت‌ها شامل جریان داده، توسعه الگوریتم‌ها، زیرساخت‌های نرم‌افزاری، و پلتفرم‌های توسعه است. این شرکت‌ها با بهره‌گیری از هوش مصنوعی در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و خودکارسازی بسیاری از فرآیندها، خود را از شرکت‌های سنتی که همچنان به روش‌های مرسوم مدیریتی و تصمیم‌گیری متکی هستند، متمایز می‌کنند.

بخش ۵- استراتژی نوآوری تحول‌آفرین: شرکت‌های هوش مصنوعی محور و شرکت‌های سنتی (Disruptive Innovation)
در این بخش به مفهوم نوآوری تحول‌آفرین پرداخته می‌شود و تقابل میان شرکت‌های هوش مصنوعی محور و شرکت‌های سنتی مورد بررسی قرار می‌گیرد. توضیح داده می‌شود که چگونه شرکت هوش مصنوعی محور از حجم عظیمی از داده‌ها، تحلیل‌ها و الگوریتم‌های پیشرفته برای پیش‌بینی، بهینه‌سازی، خودکارسازی فرآیندها و تصمیم‌گیری‌های سریع‌تر و دقیق‌تر استفاده می‌کنند تا برتری رقابتی بدست آورند. این رویکرد انعطاف‌پذیری این نوع شرکت‌ها را نسبت به شرکت‌های سنتی بالا می‌برد و می‌تواند به سرعت به تغییرات بازار واکنش نشان دهد و استراتژی‌های نوآوری را سریع‌تر پیاده‌سازی کند.

لیست مفاهیم کلیدی سرفصل ۲

. مفهوم شرکت هوش مصنوعی محور و عناصر اصلی آن: جریان داده، توسعه الگوریتم‌ها، زیرساخت‌های نرم‌افزاری و پلتفرم توسعه
تأثیر هوش مصنوعی بر مدل‌های کسب‌وکار و عملیاتی شرکت‌ها.
کارکردهای اصلی شرکت‌های هوش مصنوعی محور: پیش‌بینی، شناسایی الگو، خودکارسازی فرآیند و شخصی‌سازی.
. استراتژی نوآوری تحول‌آفرین: رقابت میان شرکت‌های هوش مصنوعی محور و شرکت‌های سنتی

۴ ساعت

سرفصل ۳

کاربردهای هوش مصنوعی در کسب‌وکار (AI Use-Cases in Business)

بخش ۶- کاربردهای هوش مصنوعی (AI Use-Cases)
این بخش به بررسی جامع نقش و تأثیر هوش مصنوعی در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار (مانند بازاریابی، منابع انسانی و ...) می‌پردازد. همچنین با ارائه تحلیلی از داده‌های جهانی و داخلی، فرصت‌های پیش روی این فناوری برای شرکت‌ها روشن می‌گردد. پس از آن نمونه‌های واقعی از کاربرد هوش مصنوعی در صنایع گوناگون (مانند تولیدی، خدماتی، مالی و ...) مورد بررسی قرار می‌گیرد. این بخش به مدیران و رهبران کسب‌وکار کمک می‌کند تا راهکارهای نوآورانه‌ای مبتنی بر هوش مصنوعی برای افزایش کارایی و تقویت رقابت‌پذیری خود پیدا کنند.

بخش ۷- ظهور هوش مصنوعی مولد (The Rise of Generative AI)
این بخش به معرفی اصول و مبانی هوش مصنوعی مولد و بررسی نقش کلیدی آن در تحول کسب‌وکارها می‌پردازد. شرکت‌کنندگان خواهند آموخت که چگونه هوش مصنوعی مولد می‌تواند فرآیندهای نوآورانه‌ای همچون تولید محتوا، بهبود تجربه مشتری، و اتوماسیون فرآیندهای داخلی را بهبود بخشد و سرعت انجام کارها را افزایش دهد. علاوه بر این، با مرور نمونه‌های واقعی، مدیران کسب‌وکار می‌آموزند که این فناوری چگونه می‌تواند مدل‌های کسب‌وکار جدیدی ایجاد کند، بازارهای جدیدی را بگشاید و کمک کند تا از فرصت‌های رقابتی پیش‌رو بهره‌مند شوند.



لیست مفاهیم کلیدی سرفصل ۳

. اطلس کسب‌وکارهای هوش مصنوعی در جهان و ایران
. کاربرد هوش مصنوعی در بخش‌های مختلف کسب‌وکار
(مانند بازاریابی، منابع انسانی و ...)
. فرصت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی مولد برای کسب‌وکارها
. ادغام هوش مصنوعی مولد در فرآیندهای کسب‌وکار

۴ ساعت 

سرفصل ۴

استراتژی هوش مصنوعی (AI Strategy)

بخش ۸- استراتژی و توسعه هوش مصنوعی (Strategy and AI Development)
در این بخش مفاهیم اثرات شبکه‌ای و اثرات یادگیری مبتنی بر داده در استراتژی‌های هوش مصنوعی مورد بررسی قرار می‌گیرد و نقش آن‌ها در ایجاد مزیت رقابتی کسب‌وکارها تحلیل می‌شود. همچنین، شرکت‌کنندگان با دو استراتژی اصلی توسعه هوش مصنوعی آشنا می‌شوند: توسعه داخلی هوش مصنوعی و استفاده از هوش مصنوعی به عنوان سرویس (AI as a Service). در این بخش، مزایا و معایب هر کدام از این رویکردها به دقت ارزیابی می‌شود، تا مدیران بتوانند بهترین استراتژی را بر اساس نیازهای کسب‌وکار خود انتخاب کنند.

بخش ۹- پیوند ضروری: انسان و هوش مصنوعی (Hybrid Model)
ادعای استقلال الگوریتم‌های هوش مصنوعی از تخصص انسانی، چالش‌ها و تنش‌های تازه‌ای را در سازمان‌ها به وجود می‌آورد. در این بخش، اهمیت توانمندسازی نیروی انسانی برای بهره‌برداری از ظرفیت‌های هوش مصنوعی بررسی می‌شود و به نقش کلیدی تعامل میان نیروی انسانی و هوش مصنوعی در شکل‌دهی به مزیت رقابتی پرداخته خواهد شد. این تعامل نه تنها به ارتقای کارایی فرآیندها کمک می‌کند، بلکه سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا از تلفیق مهارت‌های انسانی و هوش مصنوعی برای دستیابی به نوآوری و رشد پایدار بهره‌برداری کنند.



بخش ۱۰- اخلاق هوش مصنوعی و مدیریت ریسک‌های آن (AI Ethics)
در این بخش، شرکت‌کنندگان با نحوه به‌کارگیری هوش مصنوعی به‌صورت مسئولانه در کسب‌وکارهای خود آشنا می‌شوند. تمرکز بر ارائه راهکارهایی خواهد بود که به بهبود اعتماد مشتریان کمک کرده و به مدیریت ریسک‌های ناشی از استفاده از هوش مصنوعی در سازمان‌ها پرداخته خواهد شد. عمده چالش‌های اخلاقی مرتبط با استفاده از هوش مصنوعی در کسب‌وکارها عبارتند از سوگیری الگوریتمی، امنیت سایبری و حریم خصوصی (Algorithmic Bias, Privacy, and Cybersecurity).

. نحوه تأثیر هوش مصنوعی بر استراتژی‌های کسب‌وکار و مدل‌های عملیاتی
. مفاهیم اثرات یادگیری مبتنی بر داده و اثرات شبکه‌ای در استراتژی‌های هوش مصنوعی
. دو استراتژی اصلی توسعه هوش مصنوعی در کسب‌وکار: توسعه داخلی و استفاده از هوش مصنوعی به‌عنوان یک سرویس بیرونی
. چالش‌های اخلاقی و مدیریت مسئولانه هوش مصنوعی برای جلب اعتماد مشتریان

لیست مفاهیم کلیدی سرفصل ۴

۴ ساعت



سرفصل ۵

مسیر تحول هوش مصنوعی (AI Transformation Journey)

بخش ۱۱- گام‌های تحول هوش مصنوعی در کسب‌وکارها (AI-First Scorecard)
در این بخش، مؤلفه‌های کلیدی تحول هوش مصنوعی بررسی خواهد شد. شرکت‌کنندگان با چارچوبی جامع آشنا می‌شوند که به آن‌ها امکان ارزیابی مسیر پیشرفت سازمان‌های سنتی به سوی تبدیل شدن به سازمان‌های مبتنی بر هوش مصنوعی را می‌دهد. چهار سطح اصلی که این تحول را هدایت می‌کنند، یعنی استراتژی، فرهنگ، حکمرانی و معماری سازمان، به تفصیل تحلیل می‌شوند. این بخش به شرکت‌ها کمک می‌کند تا فرآیندهای تحول هوش مصنوعی کسب‌کار خود را به‌طور مؤثر مدیریت کنند.



بخش ۱۲- چالش‌های پیاده‌سازی هوش مصنوعی و غلبه بر موانع موفقیت (Challenges in AI Implementation: Overcoming Obstacles to Success)

در بخش پایانی، چالش‌های کلیدی که سازمان‌ها در مسیر پیاده‌سازی استراتژی‌های هوش مصنوعی با آن‌ها مواجه می‌شوند، مورد بحث قرار می‌گیرد. شرکت‌کنندگان با مدل‌های موفق‌تری که برای مقابله و رفع این چالش‌ها به کار گرفته شده‌اند، آشنا می‌شوند و ابزارهای عملی و مؤثری برای مدیریت این تحول در اختیار خواهند داشت. این بخش به سازمان‌ها کمک می‌کند تا موانع پیش‌رو را شناسایی کرده و راهکارهای کارآمدی برای پیاده‌سازی موفق هوش مصنوعی در ساختار خود بیابند.

. مسیر تحول یک سازمان سنتی به یک سازمان هوش مصنوعی محور
. چارچوبی برای ارزیابی پیشرفت سازمان‌های سنتی در تبدیل شدن به یک سازمان مبتنی بر هوش مصنوعی
. چهار عامل اصلی در تحول هوش مصنوعی سازمان‌ها: استراتژی، حکمرانی، معماری و فرهنگ
. موانع پیش‌روی پیاده‌سازی هوش مصنوعی در کسب‌وکار و راهکارهای کارآمد برای پیاده‌سازی موفق آن

لیست
مفاهیم کلیدی
سرفصل ۵



مراحل پذیرش و شرکت در دوره

پیش ثبت نام	اعلام نتایج پذیرفته شدگان	ثبت نام نهایی و پرداخت هزینه	شروع دوره
۵ آبان تا ۱۶ آذر	۱۷ آذر	۱۸ آذر تا ۲۳ آذر	۲۹ آذر

نحوه پذیرش



هزینه شرکت در دوره

آزاد	۱۹/۰۰۰/۰۰۰ تومان
فارغ التحصیلان دانشکده مدیریت و اقتصاد (اعم از دوره‌های آزاد و رسمی)	۱۷/۰۰۰/۰۰۰ تومان

گواهی شرکت در دوره

شرکت‌کنندگانی که حضور قابل قبول و مستمری در کلاس‌ها داشته باشند و بتوانند نمره موفقیت (در امتحانات، تکالیف و پروژه‌ها) دوره را کسب کنند، گواهی معتبر موفقیت در دوره را دریافت خواهند کرد. این گواهی به دو زبان انگلیسی و فارسی توسط دانشگاه صنعتی شریف صادر خواهد شد.



جدول زمان بندی

ساعت ۹ الی ۱۳	پنج شنبه ۲۹ آذر
ساعت ۹ الی ۱۳	پنج شنبه ۶ دی
ساعت ۹ الی ۱۳	پنج شنبه ۱۳ دی
ساعت ۹ الی ۱۳	پنج شنبه ۲۰ دی
ساعت ۹ الی ۱۳	پنج شنبه ۲۷ دی





محل برگزاری و نحوه ارتباط با ما

در صورت تمایل به مشاوره در مورد شرکت در دوره، فرم تماس و درخواست مشاوره را تکمیل نموده، در اسرع وقت کارشناسان دانشکده مدیریت و اقتصاد شریف با متقاضیان تماس خواهند گرفت.

دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف، خیابان آزادی،
خیابان حبیب‌الهی، نبش میدان تیموری



۰۲۱۸۲۸۰۴۰۷۱



SBS@Sharif.edu



Pedu.gsme.sharif.edu



فرم درخواست مشاوره



لینک پیش‌ثبت‌نام دوره

