



Εφαρμογές AI σε οργανισμούς και επιχειρήσεις

Θεματική Κατηγορία: ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Θεματική Υποκατηγορία: ΑΛΛΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ



Με τη χρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης
NextGenerationEU

Τίτλος Προγράμματος Κατάρτισης:

Εφαρμογές AI σε Οργανισμούς και Επιχειρήσεις

Σκοπός του προγράμματος

Το παρόν υλικό αναπτύχθηκε για τις ανάγκες προγράμματος κατάρτισης για το έργο «Προγράμματα αναβάθμισης δεξιοτήτων και επανακατάρτισης σε κλάδους υψηλής ζήτησης με έμφαση σε δεξιότητες ψηφιακές, πράσινες και οικονομικού εγγραμματισμού για εργαζόμενους ωφελούμενους» στο πλαίσιο της Δράσης 16913 του Εθνικού Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας “Ελλάδα 2.0” με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης – Next Generation EU. Ειδικότερα, τίτλος του παρόντος προγράμματος είναι «Εφαρμογές AI σε Οργανισμούς και Επιχειρήσεις» και διανέμεται ηλεκτρονικά σε πλατφόρμα ηλεκτρονικής μάθησης. Σκοπός του προγράμματος είναι η κατανόηση της στρατηγικής υιοθέτησης της Τεχνητής Νοημοσύνης ως βασικού μοχλού επιχειρησιακού μετασχηματισμού. Ειδικότερα επιδιώκεται η κατανόηση της αξιοποίησης των μεγάλων δεδομένων, της αυτοματοποίησης και των προγνωστικών μοντέλων για τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, καθώς και η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ ανθρώπου και τεχνολογίας στο σύγχρονο οργανωσιακό περιβάλλον. Παράλληλα αναδεικνύεται η σημασία των κατάλληλων υποδομών, της ασφάλειας δεδομένων και των δεικτών απόδοσης για την επιτυχή εφαρμογή στρατηγικών AI στους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις.

Σύντομη Περιγραφή του Προγράμματος

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Εφαρμογές AI σε Οργανισμούς και Επιχειρήσεις» απευθύνεται σε ενήλικες εργαζόμενους με στόχο την απόκτηση και καλλιέργεια δεξιοτήτων στο πεδίο της Τεχνητής Νοημοσύνης, ενισχύοντας την απασχολησιμότητα τους σε σύγχρονα επαγγελματικά περιβάλλοντα.

Το πρόγραμμα εξετάζει τον ρόλο της Τεχνητής Νοημοσύνης ως βασικού παράγοντα επιχειρησιακού μετασχηματισμού και καινοτομίας στους σύγχρονους οργανισμούς. Αναλύεται η μετάβαση της AI από εργαλείο ανάλυσης δεδομένων σε στρατηγικό συνεργάτη που υποστηρίζει τη λήψη αποφάσεων, τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων και την αξιοποίηση των μεγάλων δεδομένων. Παράλληλα παρουσιάζονται οι προκλήσεις που σχετίζονται με την οργανωσιακή κουλτούρα, τις δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού, την τεχνολογική υποδομή και την ηθική διαχείριση των δεδομένων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης στα Κοινωνικά Δίκτυα, στο Ηλεκτρονικό Marketing και στα Ψηφιακά Οικοσυστήματα.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Μέσα από την εκπαιδευτική διαδικασία επιδιώκεται η αύξηση των τυπικών και ουσιαστικών προσόντων των εκπαιδευομένων, ώστε να μπορούν να επιτύχουν τα εξής:

- Να κατανοούν τον ρόλο της Τεχνητής Νοημοσύνης στον επιχειρησιακό μετασχηματισμό και στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- Να αναγνωρίζουν τη σημασία της επεξεργασίας μεγάλων δεδομένων και της αναγνώρισης μοτίβων για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων
- Να κατανοούν την ανάγκη ανάπτυξης νέων δεξιοτήτων και επανεκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού για τη συνεργασία με συστήματα AI

- Να εξοικειώνονται με βασικές τεχνολογικές υποδομές και αρχιτεκτονικές δεδομένων που υποστηρίζουν εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης
- Να μπορούν να αξιολογούν την επιχειρηματική αξία εφαρμογών AI μέσω δεικτών απόδοσης και ανάλυσης κόστους-οφέλους
- Να αναγνωρίζουν τις οργανωτικές και ηθικές προκλήσεις που προκύπτουν από την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης σε οργανισμούς
- Να Κατανοούν την σημασία της ενσωμάτωσης της Τεχνικής Νοημοσύνης στο σύγχρονο marketing και στα κοινωνικά δίκτυα
- Να κατανοούν τη σημασία της Τεχνικής Νοημοσύνης στην Παραγωγή και στην Βελτιστοποίηση του Περιεχομένου
- Να κατανοούν τη σημασία της Τεχνικής Νοημοσύνης στην παραγωγή διαφημίσεων και στην αύξηση της Αλληλεπίδρασης

Διάρκεια του προγράμματος

Συνολικές ώρες (Σύγχρονη – Ασύγχρονη – Διά Ζώσης): 150

- Ώρες δια ζώσης εκπαίδευσης: 0
- Ώρες Σύγχρονης εξ αποστάσεως εκπαίδευσης: 1
- Ώρες Ασύγχρονης εξ αποστάσεως εκπαίδευσης: 149

Θεματικές Ενότητες

Η ειδικότητα «Εφαρμογές AI σε Οργανισμούς και Επιχειρήσεις» αποτελείται από **3 θεματικές ενότητες**:

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΤΗΛΕΚΑΤΑΡΤΙΣΗ

- **Ενότητα 1:** Οδηγίες / Παρουσίαση του Προγράμματος

ΑΣΥΓΧΡΟΝΗ ΤΗΛΕΚΑΤΑΡΤΙΣΗ

- **Ενότητα 2:** Στρατηγική Υιοθέτηση Τεχνητής Νοημοσύνης, Σύγχρονο Marketing και Επιχειρησιακός Μετασχηματισμός
- **Ενότητα 3:** Συνομιλιακά Συστήματα - Η Τεχνητή Νοημοσύνη στην Εξυπηρέτηση Πελατών, στη Διαχείριση Έργων και στα Κοινωνικά Δίκτυα

Κάθε ενότητα αποτελείται από τα εξής κεφάλαια:

Κεφάλαια Ενότητας 2

- **Κεφάλαιο 1:** Στρατηγική Υιοθέτηση AI και Επιχειρησιακός Μετασχηματισμός
- **Κεφάλαιο 2:** AI στο Μάρκετινγκ και την Εμπειρία Πελάτη

Κεφάλαια Ενότητας 3

- **Κεφάλαιο 3:** Συνομιλιακά Συστήματα και Εξυπηρέτηση Πελατών
- **Κεφάλαιο 4:** AI στη Διαχείριση Έργων και Λειτουργιών
- **Κεφάλαιο 5:** Παραγωγική AI σε Κοινωνικά Δίκτυα και Ψηφιακά Οικοσυστήματα

Περιεχόμενα

Στην επόμενη σελίδα παραθέτουμε τα περιεχόμενα του βιβλίου που θα δοθεί στους μαθητές για να δείτε αναλυτικά τι περιέχει η κάθε θεματική ενότητα:

Περιεχόμενα

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Ενότητα α' | 14 |
| Κεφάλαιο 1.Στρατηγική Υιοθέτηση AI και Επιχειρησιακός Μετασχηματισμός | 15 |
| Σκοπός, Προσδοκώμενα αποτελέσματα, Έννοιες-κλειδιά | 16 |
| 1.Θεμελιώδεις Αρχές Στρατηγικής AI και Επιχειρηματικός Οραματισμός | 18 |
| Η Εξελικτική Πορεία της AI: Από Εργαλείο Ανάλυσης σε Στρατηγικός Συνεργάτης | 18 |
| Ο Διπλός Ρόλος της AI: Δημιουργία Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος και Εσωτερική Πρόκληση | 20 |
| Η Πλευρά του Πλεονεκτήματος: Εξατομίκευση, Ακρίβεια και Κερδοφορία | 20 |
| Η Πλευρά της Πρόκλησης: Το Κενό στην Κατανόηση του Ανθρώπινου Παράγοντα | 21 |
| Ο Πυρήνας της Στρατηγικής: Η Δυνατότητα Επεξεργασίας Μεγάλων Δεδομένων (Big Data) ως Θεμέλιο | 22 |
| Προς μια Ολιστική Στρατηγική: Ενσωμάτωση Ανθρώπου και Μηχανής | 23 |
| Επέκταση: Από τη Θεωρία στην Πράξη – Βήματα για μια Ολιστική Στρατηγική AI | 26 |
| 2.Νέα Μοντέλα Αξίας και Επιχειρηματική Καινοτομία μέσω AI | 28 |
| Η AI ως Βασικός Διάδρομος Ψηφιακού Μετασχηματισμού και Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος | 28 |
| Μηχανισμοί Δημιουργίας Αξίας: Από τη Βελτιστοποίηση Διαδικασιών στη Διαμόρφωση Εμπειρίας | 29 |
| Βελτιστοποίηση Λειτουργιών και Αποδοτικότητας | 29 |
| Η Κρίσιμη Πρόκληση της Ανάπτυξης Δεξιοτήτων | 31 |
| Το Φάσμα της Υιοθέτησης: Από Ομοιομορφία έως Ψηφιακό Χάσμα | 32 |
| Επαναπροσδιορισμός Αλυσίδων Αξίας και Δημιουργία Νέων Ευκαιριών Κέρδους | 33 |
| Επανασχεδιασμός της Αλυσίδας Αξίας και Προσωποποίηση | 34 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Γέννηση Επαναστατικών Επιχειρηματικών Μοντέλων | 35 |
| 3.Εταιρική Ωριμότητα AI και Ανάπτυξη Ικανοτήτων | 38 |
| Η Αναγκαιότητα της Τεχνικής Κατανόησης: Από Εξειδίκευση σε Στρατηγικό Πλεονέκτημα | 38 |
| Ο Πυρήνας της Ικανότητας: Επεξεργασία Δεδομένων και Αναγνώριση Μοτίβων | 40 |
| Το Εμπόδιο της Εμπιστοσύνης: Ανθρώπινη Παρέμβαση και Όρια Αυτοματοποίησης | 42 |
| Προοπτική Εξέλιξης: Από τη Συλλογή στη Συνεισφορά Γνώσης και τη Συνεχή Μάθηση | 44 |
| Μεθοδολογίες Αξιολόγησης και Στρατηγικός Σχεδιασμός Εξέλιξης | 46 |
| 4.Οργανωτικές Δομές και Διαχείριση Αλλαγής στην Εποχή της AI..... | 47 |
| Η Πίεση για Αλλαγή: AI και η Μεταμόρφωση του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος ... | 47 |
| Οργανωτικές Δομές στην Εποχή της AI: Από την Ιεραρχία στη Δικτυακή Οργάνωση ... | 49 |
| Στρατηγικές Διαχείρισης Αλλαγής για την Ενσωμάτωση AI | 51 |
| Προκλήσεις και Εμπόδια στην Υιοθέτηση AI | 52 |
| Μελλοντικές Τάσεις και Προοπτικές | 54 |
| 5.Υποδομές Δεδομένων και Τεχνολογική Αρχιτεκτονική | 56 |
| Το Φάσμα των Δεδομένων: Από Δομημένα σε Μη Δομημένα Συστήματα | 56 |
| Αρχιτεκτονική και Υποδομές: Cloud, Αλγόριθμοι και Διαλειτουργικότητα..... | 59 |
| Το Ανθρώπινο Στοιχείο και το Ελλειμματικό Ταλέντο | 61 |
| Προστασία και Ηθική: Ιδιωτικότητα, Ασφάλεια και Διαχείριση Κινδύνων | 64 |
| Στρατηγική Αξιοποίηση: Από τη Θεωρία στην Πραγματική Επίδραση | 66 |
| 6.Δείκτες Απόδοσης και Μέτρηση Επιτυχίας Στρατηγικών AI | 67 |
| Από την Στρατηγική στην Μέτρηση: Ο Ρόλος των Δεικτών στην Αξιολόγηση AI | 67 |
| Ο Πυρήνας της Ποσοτικοποίησης: Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPIs) και Ανάλυση ROI | 68 |
| Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPIs): Η Γλώσσα της Μετρήσιμης Απόδοσης | 68 |
| Ανάλυση Απόδοσης Επένδυσης (ROI): Το Απόλυτο Χρηματοοικονομικό Κριτήριο | 70 |
| Πέρα από τους Αριθμούς: Ποιοτικοί Δείκτες και Ανθρώπινος Παράγοντας | 72 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Εργαλεία και Διαδικασίες για Δυναμική Παρακολούθηση και Βελτιστοποίηση..... | 73 |
| Σύνθεση Μετρήσεων και Ευθυγράμμιση με Επιχειρηματικούς Στόχους..... | 75 |
| 7.Πρακτικοί Οδικοί Χάρτες και Στρατηγικές Εφαρμογής | 76 |
| Ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός ως Κατεύθυνση: Το Ρόλο του AI στη Στρατηγική και τις Λειτουργίες..... | 76 |
| Χαρτογράφηση της Εφαρμογής: Από τη Θεωρία στην Πράξη με Βήματα και Ορόσημα | 78 |
| Φάση 1: Προετοιμασία και Στρατηγικός Προσδιορισμός (Μήνες 1-3) | 78 |
| Φάση 2: Πιλοτική Εφαρμογή και Επανάληψη (Μήνες 4-9) | 79 |
| Φάση 3: Κλιμάκωση και Θεσμική Ενσωμάτωση (Μήνες 10-18+) | 80 |
| Παγίδες Εφαρμογής και Στρατηγικές για Βιώσιμη Επιτυχία | 84 |
| Σύνοψη | 86 |
| Σχετικά video | 87 |
| Κεφάλαιο 2.AI στο Μάρκετινγκ και την Εμπειρία Πελάτη | 88 |
| Σκοπός, Προσδοκώμενα αποτελέσματα, Έννοιες-κλειδιά..... | 89 |
| 1.Εισαγωγή στην Τεχνητή Νοημοσύνη στο Μάρκετινγκ: Θεμελιώδεις Αρχές και Στρατηγική Προσέγγιση..... | 91 |
| Ορίζοντας την Τεχνητή Νοημοσύνη στο Πλαίσιο του Σύγχρονου Μάρκετινγκ | 91 |
| Οι Πυλώνες της Τεχνητής Νοημοσύνης: Μηχανική Μάθηση, Βαθιά Μάθηση και Επεξεργασία Φυσικής Γλώσσας..... | 93 |
| Αναλυτική Εξέταση των Αλγορίθμων Μηχανικής Μάθησης στο Μάρκετινγκ | 96 |
| 2.Προηγμένη Τμηματοποίηση Πελατών και Ευφυής Προσωποποίηση Εμπειριών..... | 99 |
| Η Δύναμη των Αλγορίθμων Clustering στη Σύγχρονη Τμηματοποίηση..... | 101 |
| Πέρα από το Clustering: Προηγμένα Στατιστικά Μοντέλα για Βαθύτερη Κατανόηση..... | 104 |
| 3.Προγνωστικά Μοντέλα Ζήτησης και Στρατηγικές Δυναμικής Τιμολόγησης | 107 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Προηγμένες Μέθοδοι Πρόβλεψης Ζήτησης..... | 108 |
| Στρατηγικές Δυναμικής Τιμολόγησης με την Υποστήριξη της Τεχνητής Νοημοσύνης..... | 114 |
| 4.Αυτοματοποίηση και Βελτιστοποίηση Μάρκετινγκ Καμπανιών με Τεχνητή Νοημοσύνη..... | 115 |
| Η Επανάσταση της Προγραμματιστικής Διαφήμισης και του Real-Time Bidding (RTB)..... | 117 |
| Ευφυή Συστήματα Κατανομής Προϋπολογισμού και Budget Optimization..... | 118 |
| Multi-Channel Optimization και Ολιστική Προσέγγιση..... | 119 |
| Cross-Platform Attribution Modeling: Η Επιστήμη της Απόδοσης Αξίας..... | 120 |
| Προηγμένες Μέθοδοι A/B Testing και Multivariate Optimization..... | 121 |
| Μεγιστοποίηση ROI και Performance Marketing Excellence..... | 122 |
| 5.Διαχείριση Αξίας Κύκλου Ζωής Πελάτη και Προηγμένα CRM Συστήματα..... | 123 |
| Υπολογισμός της Αξίας Κύκλου Ζωής Πελάτη (CLV): Από τις Ιστορικές στις Προγνωστικές Μεθόδους..... | 124 |
| Προηγμένα CRM Συστήματα Ενισχυμένα με Τεχνητή Νοημοσύνη (AI)..... | 126 |
| Τεχνικές Βελτιστοποίησης CLV: Από τη Θεωρία στην Πράξη..... | 127 |
| 6.Ψηφιακό Εμπόριο και Βελτιστοποίηση Μετατροπών με Έξυπνες Τεχνολογίες..... | 132 |
| Μηχανές Προτάσεων (Recommendation Engines): Η Καρδιά της Εξατομίκευσης..... | 133 |
| Δυναμική Βελτιστοποίηση Περιεχομένου: Προσαρμογή σε Πραγματικό Χρόνο..... | 134 |
| A/B Testing και Multivariate Testing: Η Επιστήμη της Βελτιστοποίησης..... | 135 |
| Εξατομίκευση Εμπειρίας Χρήστη (UX/UI Personalization)..... | 136 |
| Chatbots και Virtual Assistants: Η Νέα Γενιά Εξυπηρέτησης Πελατών..... | 137 |
| Predictive Analytics: Πρόβλεψη και Πρόληψη..... | 138 |
| Μέτρηση και Ανάλυση Αποτελεσμάτων..... | 139 |
| 7.Δημιουργία Περιεχομένου και Ανάλυση Φωνής Πελάτη με Τεχνητή Νοημοσύνη..... | 140 |
| Η Επανάσταση της Επεξεργασίας Φυσικής Γλώσσας (NLP) στο Μάρκετινγκ Περιεχομένου..... | 141 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Μεγάλα Γλωσσικά Μοντέλα (GPT Models): Η Νέα Εποχή της Δημιουργίας Περιεχομένου | 142 |
| Δημιουργικά Εργαλεία AI: Από Κείμενο σε Οπτικό Περιεχόμενο | 143 |
| Ανάλυση Συναισθήματος: Αποκωδικοποίηση των Συναισθημάτων του Κοινού | 144 |
| Φωνή του Πελάτη (Voice of Customer - VoC): Η Πηγή της Στρατηγικής Περιεχομένου..... | 145 |
| Κοινωνική Ακρόαση (Social Listening): Παρακολούθηση της Ψηφιακής Συζήτησης | 146 |
| Στοχευμένη Δημιουργία Περιεχομένου: Από Δεδομένα σε Δράση | 148 |

8.Μετρήσεις Απόδοσης, Attribution Modeling και Μελλοντικές Τάσεις του AI Marketing 149

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Προηγμένοι Δείκτες Απόδοσης (KPIs) για την Αξιολόγηση των AI-Driven Στρατηγικών | 150 |
| Attribution Modeling: Η Μετάβαση στα AI-Powered Μοντέλα | 151 |
| Μελλοντικές Τάσεις και Αναδυόμενες Τεχνολογίες στο AI Marketing..... | 153 |
| Ηθικές Προκλήσεις και Υπεύθυνη Χρήση της AI στο Μάρκετινγκ | 155 |

Σύνοψη 157

Σχετικά βίντεο 158

Ενότητα β' 160

Κεφάλαιο 3.Συνομιλιακά Συστήματα και Εξυπηρέτηση Πελατών 161

Σκοπός, Προσδοκώμενα αποτελέσματα, Έννοιες-κλειδιά..... 162

1.Εισαγωγή στα Συνομιλιακά Συστήματα 164

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Από τον ELIZA στα LLM: Η Εξελικτική Πορεία της Συνομιλιακής Τεχνολογίας..... | 164 |
| Ορολογικοί Ορίζοντες: Chatbots, Ψηφιακοί Βοηθοί και Τυπολογίες Διεπαφών | 166 |
| Η Αρχιτεκτονική Μηχανής: Βασικά Στοιχεία και Τεχνολογίες Υποστήριξης | 168 |
| Βασικά Δομικά Στοιχεία και Ροή Δεδομένων | 169 |
| Κρίσιμες Τεχνολογίες Μηχανικής Μάθησης και Επεξεργασίας | 171 |
| Πέρα από τον Κώδικα: Συντήρηση, Βελτίωση και Αντίκτυπος στην Εμπειρία Χρήστη | 172 |

2.Σχεδιασμός Διαλόγου και Αναγνώριση Προθέσεων 174

| | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Από την Τεχνητή Νοημοσύνη στον Διαλογικό Σχεδιασμό: Θεμελιώδεις Αρχές..... | 174 |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Ο Πυρήνας της Ευφυούς Συνομιλίας: Αναγνώριση Πρόθεσης και Εξαγωγή Οντοτήτων | 176 |
| Σχεδιασμός της Ροής και Διαχείριση του Πλαισίου: Αρχές UX για Φυσική Αλληλεπίδραση | 179 |
| Αξιολόγηση, Ευθύνες και Μελλοντικές Εξελίξεις | 181 |
| 3.Τεχνολογίες και Αρχιτεκτονική Συνομιλιακών Συστημάτων | 184 |
| Από την Απλή Προσομοίωση στην Ευφυή Συνομιλία: Οι Βασικοί Μηχανισμοί..... | 184 |
| Ο Εγκέφαλος της Συνομιλίας: Μηχανισμοί Κατανόησης και Λογικής | 186 |
| Ο Μηχανισμός Κατανόησης: NLU Engine | 186 |
| Ο Συντονιστής Λογικής: Διαχειριστής Διαλόγου..... | 188 |
| Πλατφόρμες ως Ενισχυτές Ανάπτυξης: Cloud Services και Εργαλεία | 190 |
| Προκλήσεις στην Πραγματική Εφαρμογή: Από τη Θεωρία στην Πράξη | 192 |
| 4.Ενσωμάτωση με Επιχειρηματικά Συστήματα | 193 |
| Το CRM ως Πελατοκεντρική Στρατηγική και Μεθοδολογία..... | 193 |
| Εσωτερική Απλοποίηση και Επιτάχυνση μέσω Οργάνωσης Διαδικασιών | 195 |
| Πρακτικές Εφαρμογές και Δημιουργική Αξιοποίηση Δεδομένων..... | 196 |
| Στρατηγικές Ενσωμάτωσης και Τεχνικές Υποδομές σε Πολυκαναλικό Περιβάλλον ... | 198 |
| Ενσωμάτωση με ERP και Κέντρα Επαφών | 198 |
| Τεχνικές Υποδομές: APIs, Webhooks και Συγχρονισμός Δεδομένων | 199 |
| Προκλήσεις Ασφάλειας και Συμμόρφωσης στο Ψηφιακό Επαγγελματικό Περιβάλλον | 200 |
| Απειλές Ασφάλειας και Αρχές Προστασίας..... | 200 |
| Συμμόρφωση με τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (GDPR)..... | 201 |
| 5.Εφαρμογές στους Κλάδους: Φιλοξενία, Υγεία, Τηλεπικοινωνίες και Τράπεζες..... | 203 |
| Η Εξέλιξη των Chatbots: Από Γενική Βοηθός σε Κλαδικό Εργαλείο | 203 |
| Φιλοξενία: Αναβάθμιση της Εμπειρίας Πελάτη πέρα από την Κράτηση | 204 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Υγεία: Αντιμετώπιση Προκλήσεων Ευαισθησίας και Ρυθμιστικού Πλαισίου | 205 |
| Τηλεπικοινωνίες & Τράπεζες: Βελτιστοποίηση Πολύπλοκων Λειτουργιών και Εμπιστοσύνης | 207 |
| Τηλεπικοινωνίες: Εξοικονόμηση Χρόνου και Αυτονομία στην Τεχνική Υποστήριξη | 208 |
| Τράπεζες: Ασφάλεια, Εμπιστοσύνη και Διακριτική Αυτοματοποίηση | 209 |
| Συνθετικές Τάσεις και Μελλοντικές Δυνατότητες: Η Σύνδεση με Νέες Τεχνολογίες .. | 210 |
| 6.Μέτρηση Αποδοτικότητας και Ποιότητας Απαντήσεων | 212 |
| Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPIs) για Συνομιλιακά Συστήματα | 212 |
| Μεθοδολογίες Αξιολόγησης: Από Ταυτόχρονες Μετρήσεις έως A/B Testing | 215 |
| Συνεχής Παρακολούθηση και Ανάλυση Δεδομένων | 215 |
| Πειραματική Αξιολόγηση με A/B Testing | 217 |
| Τεχνικές Βελτιστοποίησης με Τεχνητή Νοημοσύνη και Ανάλυση Feedback | 219 |
| Η Τεχνητή Νοημοσύνη ως Μοχλός Βελτιστοποίησης | 219 |
| Η Κρίσιμη Συνεισφορά του Feedback και της Ανάλυσής του | 220 |
| Η Σύγκλιση Ρητού και Έμμεσου Feedback | 221 |
| Τεχνικές Ανάλυσης Feedback σε Κλίμακα | 222 |
| Ηθική και Προστασία Δεδομένων (Privacy by Design) | 222 |
| 7.Μελλοντικές Τάσεις και Προκλήσεις | 223 |
| Η Εξέλιξη προς Συνομιλιακή Νοημοσύνη: Από την Απλή Απάντηση στην Συναισθηματική Κατανόηση | 223 |
| Προκλήσεις στην Ακμή της Τεχνολογίας: Bias, Διαφάνεια και Ηθικά Δίλημμα | 225 |
| Συγκλίσεις Τεχνολογίας: Φωνή, Πολυτροπικές Διεπαφές και το Δίκτυο των Αντικειμένων (IoT) | 227 |
| Στρατηγική Μετάβασης και Αξιολόγηση Επένδυσης: Από τη Θεωρία στο ROI | 230 |
| Σύνοψη | 231 |
| Σχετικά video | 232 |
| Κεφάλαιο 4.ΑΙ στη Διαχείριση Έργων και Λειτουργιών | 234 |
| Σκοπός, Προσδοκώμενα αποτελέσματα, Έννοιες-κλειδιά | 235 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1.Θεμελιώδεις Αρχές AI στη Διαχείριση Έργων..... | 237 |
| Η Αναγκαιότητα της Κατανόησης του AI για τον Σύγχρονο Διαχειριστή Έργων | 237 |
| Μηχανική Μάθηση και Ανάλυση Μοτίβων: Ο Πυρήνας της Προγνωστικής Διαχείρισης Έργων | 240 |
| Από την Αυτοματοποίηση Διαδικασιών στη Δημιουργία Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος | 241 |
| Αρχιτεκτονική και Πλατφόρμες: Το Τεχνολογικό Υπόβαθρο για Συστήματα AI στα Έργα | 244 |
| Μετασχηματισμός της Εργασιακής Πραγματικότητας και Προοπτικές Μελλοντικής Ανάπτυξης..... | 246 |
| 2. Έξυπνος Προγραμματισμός και Εκτίμηση Κόστους με AI | 248 |
| Από τον Παραδοσιακό στον Έξυπνο Προγραμματισμό: Η Επανάσταση της Προγνωστικής Ανάλυσης | 248 |
| Βελτιστοποίηση Ρεαλιστικών Χρονοδιαγραμμάτων: Ο Αλγόριθμος ως Σχεδιαστής .. | 250 |
| Διαχείριση Αβεβαιότητας: Η Προσομοίωση Monte Carlo ως Ασπίδα Κινδύνου..... | 253 |
| Το Ανθρώπινο Στοιχείο και τα Εργαλεία: Ενσωμάτωση και Πρακτικές Προκλήσεις... | 255 |
| 3.Βελτιστοποίηση Κατανομής Πόρων και Διαχείριση Κινδύνων | 257 |
| Από τη Στατική Διαχείριση στη Δυναμική Βελτιστοποίηση Πόρων με AI..... | 257 |
| Πυλώνες της Ευφυούς Διαχείρισης: Αλγόριθμοι Κατανομής και Συστήματα Προειδοποίησης..... | 258 |
| Οι Αλγόριθμοι Βελτιστοποίησης: Ο Εγκέφαλος της Δυναμικής Κατανομής | 258 |
| Συστήματα Έγκαιρης Προειδοποίησης: Το Προληπτικό «Έκτο Αίσθημα» | 259 |
| Προγνωστική Συντήρηση και Δυναμική Αξιολόγηση Κινδύνων με Δεδομένα Πραγματικού Χρόνου | 261 |
| Η Ανθρώπινη Διάσταση: Εξειδίκευση, Παραγωγικότητα και Οριακές Συνθήκες | 263 |
| Συνέπειες για Επικοινωνία και Αποτελεσματικότητα Οργάνωσης | 266 |
| 4.Αυτοματοποίηση Παρακολούθησης και Αναφορών | 267 |
| Από την Παθητική Παρακολούθηση στα Έξυπνα Συστήματα Ανίχνευσης | 267 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Ο Πυρήνας της Νοημοσύνης: Αλγόριθμοι, Μοτίβα και Προγνωστική Ανάλυση | 269 |
| Διαδραστικοί Πίνακες Ελέγχου: Οπτικοποίηση Δεδομένων και Αμφίδρομη Δημιουργία Αξίας | 272 |
| Αυτοματοποιημένη Σύνθεση Αναφορών: Από Δεδομένα σε Φυσική Γλώσσα | 273 |
| Η Ανθρώπινη Διάσταση: Εξειδίκευση, Ερμηνεία και Στρατηγική Δράση | 275 |
| 5.Λειτουργική Αριστεία και Εφοδιαστική Αλυσίδα με AI..... | 276 |
| Η Σύγκλιση Τεχνολογιών: AI και IoT ως Πυλώνες Λειτουργικής Αριστείας | 276 |
| Χαρτογράφηση και Βελτιστοποίηση Διαδικασιών με Αλγόριθμους Γραφημάτων..... | 277 |
| Προγνωστικά Μοντέλα για Διαχείριση Αποθεμάτων | 278 |
| Αυτοματοποιημένη Βελτιστοποίηση Διαδρομών και Logistics | 280 |
| Ενσωμάτωση IoT για Real-time Monitoring | 281 |
| Μελέτη Περίπτωσης: Βελτιστοποίηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας στη Βιομηχανία Τροφίμων | 282 |
| Φάση 1: Ενσωμάτωση IoT Αισθητήρων..... | 282 |
| Φάση 2: Ανάπτυξη Προγνωστικών Μοντέλων | 283 |
| Φάση 3: Αυτοματοποιημένη Βελτιστοποίηση..... | 283 |
| Αποτελέσματα και Οφέλη..... | 284 |
| 6.Στρατηγικές Υλοποίησης και Μελλοντικές Τάσεις | 285 |
| Από τη Θεωρία στην Πράξη: Το Στάδιο Υλοποίησης Λύσεων AI | 285 |
| Στρατηγική Μετάβαση και Διαχείριση της Αλλαγής | 286 |
| Ευθυγράμμιση με Επιχειρηματικούς Στόχους και Σταδιακή Υιοθέτηση..... | 286 |
| Διαχείριση της Αλλαγής και Κατάρτιση Προσωπικού | 287 |
| Μετρώντας την Επιστροφή: Ανάλυση Κόστους-Οφέλους και ROI..... | 289 |
| Προοπτικές και Αναδυόμενες Τάσεις: Το Μέλλον της AI στη Διαχείριση Έργων | 291 |
| Η Ανάδυση της Γενετικής AI (Generative AI) και της Συνεργασίας Ανθρώπου-Μηχανής.... | 292 |
| Το Edge Computing και οι Αυτόνομες Λύσεις Διαχείρισης Έργων..... | 293 |
| Σύνοψη | 294 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Σχετικά videos | 295 |
| Κεφάλαιο 5.Παραγωγική ΑΙ σε Κοινωνικά Δίκτυα και Ψηφιακά Οικοσυστήματα..... | 296 |
| Σκοπός, Προσδοκώμενα αποτελέσματα, Έννοιες-κλειδιά..... | 296 |
| 1.Εισαγωγή στην Παραγωγική ΑΙ για Κοινωνικά Δίκτυα..... | 299 |
| Η Αναγκαιότητα της Παραγωγικής ΤΝ: Από Εργαλείο σε Στρατηγικό Σύμμαχο..... | 299 |
| Η Εξέλιξη του Ρόλου: Από τον Οργανισμό ως Σύνολο στον Ειδικό Μάρκετινγκ | 301 |
| Βασικές Αρχές και Τεχνολογίες: Το Τεχνικό Υπόβαθρο για τον Μη-Μηχανικό..... | 302 |
| Βασικές Αρχές και Διαφορές από Παραδοσιακές Μεθόδους..... | 303 |
| Πώς Ενισχύουν τη Δημιουργία Περιεχομένου για Κοινωνικά Δίκτυα | 305 |
| Η Ανθρωποκεντρική Διάσταση: Κοινωνικά Δίκτυα ως Βιομήχανοι Αλληλεπίδρασης. | 306 |
| 2.Αυτοματοποιημένη Παραγωγή και Βελτιστοποίηση Περιεχομένου | 308 |
| Η Σύγκλιση των Social Media και της Τεχνητής Νοημοσύνης: Ένα Νέο Παράδειγμα Επικοινωνίας..... | 308 |
| Από Δεδομένα σε Προσωπικά Μηνύματα: Η Διαδικασία της Αυτοματοποιημένης Εξατομίκευσης | 309 |
| Παραγωγή Πολυμέσων με ΤΝ: Πρακτικές Τεχνικές για Κείμενο, Εικόνα και Βίντεο... .. | 311 |
| Αυτοματοποιημένη Δημιουργία Κειμένου και Λεζάντας..... | 312 |
| Αυτοματοποιημένη Δημιουργία Οπτικού Περιεχομένου και Βίντεο | 313 |
| Βελτιστοποίηση και Ανάλυση: Απόλυτη Ακρίβεια σε Πραγματικό Χρόνο..... | 315 |
| 3.Διαχείριση Κοινοτήτων και Social Listening με ΑΙ..... | 318 |
| Η Εξέλιξη των Chatbots: Από Απλές Απαντήσεις σε Έξυπνα Συστήματα Διαχείρισης Κοινοτήτων..... | 318 |
| Στρατηγική Ενσωμάτωσης και Ενοποίησης: Το Chatbot ως Κεντρικός Κόμβος Διασύνδεσης..... | 319 |
| Η Πρόκληση της Ολοκληρωμένης Ενοποίησης..... | 319 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Σχεδιασμός για Συγκεκριμένα Κοινά | 321 |
| Παρακολούθηση Απόδοσης και Βελτιστοποίηση: Από Αλληλεπίδραση σε Δεδομένα Δράσης..... | 321 |
| Social Listening με AI: Από Παρακολούθηση Συζητήσεων σε Ανάλυση Συναισθημάτων και Τάσεων | 323 |
| Τεχνικές Ανάλυσης και Εντοπισμού Τάσεων | 324 |
| Εφαρμογές Πέραν του Μάρκετινγκ: Το Παράδειγμα της Υγείας..... | 325 |
| Μέλλον και Προκλήσεις: Προσδοκίες Κοινού και Ανάπτυξη Εξατομικευμένων Λύσεων | 326 |
| 4.Ανάλυση Αλγορίθμων και Στρατηγικές Αύξησης Αλληλεπίδρασης | 327 |
| Η Αναγκαιότητα της Κατανόησης των Αλγορίθμων Προβολής | 327 |
| Από τη Θεωρία στην Πράξη: Πώς Λειτουργούν οι Αλγόριθμοι Μηχανικής Μάθησης | 330 |
| Η Εξέλιξη: Από Απλούς Κανόνες σε Συστήματα που Μαθαίνουν | 330 |
| Βασικές Αρχές και Δομή Λειτουργίας..... | 331 |
| Στρατηγικές Βελτιστοποίησης: A/B Testing και Ανάλυση Παραγόντων Διάδοσης | 333 |
| Το A/B Testing Δημιουργικών: Η Επιστημονική Μέθοδος για το Engagement | 333 |
| Ανάλυση Παραγόντων Διάδοσης: Γιατί "Πετάει" ένα Περιεχόμενο; | 334 |
| Ολοκλήρωση και Μελλοντικές Τάσεις: Αξιολόγηση Κινδύνων και Ευκαιριών | 336 |
| Προκλήσεις και Κίνδυνοι | 336 |
| 5.Αναλύσεις Επιρροής και Ορχήστρωση Καμπανιών..... | 337 |
| Η Εξέλιξη του Influencer Marketing στην Εποχή του AI..... | 337 |
| Αλγόριθμοι Εντοπισμού και Ταξινόμησης Επηρεαστών (Influencers)..... | 338 |
| Πώς Λειτουργούν οι Αλγόριθμοι Εντοπισμού | 338 |
| Στρατηγική Ταξινόμηση και Επιλογή | 339 |
| Virtual Influencers: Το Νέο Στρατηγικό Όπλο | 340 |
| Τα Πλεονεκτήματα και ο Έλεγχος | 341 |
| Ο Ρόλος της AI και οι Προκλήσεις | 342 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Μέτρηση Αποτελεσματικότητας και Βελτιστοποίηση ROI..... | 342 |
| Από τα Βασικά στα Προηγμένα Μετρικά..... | 343 |
| Η Σύνδεση Δεδομένων με Στρατηγικές Αποφάσεις | 344 |
| Συντονισμός Πολυκαναλικών Καμπανιών και Έξυπνη Διανομή Πόρων..... | 345 |
| Αυτοματοποίηση και Ορχήστρωση Ροών Εργασίας..... | 345 |
| Έξυπνη Κατανομή Πόρων και Μεγιστοποίηση ROI..... | 346 |
| Η Συν-Δημιουργία (Co-Creation) και το Μέλλον της Διασύνδεσης..... | 347 |
| 6.Δεοντολογία, Διαφάνεια και Ασφάλεια Περιεχομένου | 348 |
| Η Διπλή Πλευρά του AI: Εργαλείο Αποδοτικότητας και Πηγή Ηθικών Προκλήσεων .. | 348 |
| Από την Έρευνα στην Πράξη: Η Οπτική του Ειδικού και οι Προβληματισμοί του | 350 |
| Πέρα από την Αποτελεσματικότητα: Διαχείριση Προκαταλήψεων και Δίκαιων Αποτελεσμάτων..... | 352 |
| Διαφάνεια ως Θεμέλιο Εμπιστοσύνης: Από τον Αλγόριθμο στο Κοινό | 354 |
| Προστασία Μάρκας και Συμμόρφωση: Το AI ως Φύλακας και ως Κίνδυνος..... | 355 |
| 7.Μεγιστοποίηση Παραγωγικότητας και Μελλοντικές Τάσεις..... | 357 |
| Η AI ως Καθοριστικός Παράγοντας Παραγωγικότητας και Συνεργασίας..... | 357 |
| Βελτιστοποίηση Ροών Εργασίας: Από το Φιλτράρισμα Δεδομένων στη Λήψη Ενεργειών | 358 |
| Η Συνεργασία Ανθρώπου-Μηχανής: Επαναπροσδιορισμός Ρόλων και Διαδικασιών. | 361 |
| Προετοιμασία για το Μέλλον: Αναγκαιότητα Τεχνικής Κατανόησης και Προβλέψεις | 363 |
| Σύνοψη | 366 |
| Σχετικά videos | 367 |
| Παράρτημα για όλα τα Κεφάλαια | |
| Ερωτήσεις Κατανόησης - Γλωσσάρι - Βιβλιογραφία | 368 |