



إدارة علاقات المستثمرين

30 نوفمبر – 4 ديسمبر 2026
بوسطن (الولايات المتحدة الأمريكية)



إدارة علاقات المستثمرين

المرجع: 121165_156952 التاريخ: 30 نوفمبر – 4 ديسمبر 2026 المكان: بوسطن (الولايات المتحدة الأمريكية) الرسوم: Euro 7500

المقدمة:

تتنامى أهمية إدارة علاقات المستثمرين كعنصر استراتيجي في تعزيز الثقة بين الشركات والأسواق، خصوصاً في بيئة التداول المالي المتقلبة. تهدف دورة إدارة علاقات المستثمرين، إلى تأهيل المشاركين لفهم دور العلاقة بين المؤسسة والمستثمرين، وإكسابهم مهارات فنية في بناء قنوات تواصل شفافة وفعالة. سنغطي المفاهيم الأساسية، الأدوات العملية، والآليات التنظيمية التي تضمن تحقيق الإفصاح المسؤول.

سنتناول هذه الدورة التدريبية في إدارة علاقات المستثمرين، التحديات الميدانية مثل الشائعات والأزمات والتقلبات السوقية، مع دراسات حالة تطبيقية. كما نركز على كيفية دمج إدارة المستثمرين في الاستراتيجية المؤسسية وخطط الحوكمة. في نهاية البرنامج، يكون المتدرب قادراً على تصميم وتنفيذ خطة متكاملة لإدارة علاقات المستثمرين تعزز سمعة الشركة وتدعم جذب رأس المال.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة إدارة علاقات المستثمرين، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مسؤول علاقات المستثمرين والمساهمين.
- مدراء الاتصال المؤسسي والشؤون المالية.
- المحللون الماليون والمستشارون.
- أعضاء مجلس الإدارة والرؤساء التنفيذيون.
- موظفو علاقات المستثمرين في البنوك والمؤسسات.
- المهتمون بمجال الحوكمة والإفصاح المالي.
- المستثمرون المؤسسيون والأفراد الذين يسعون للفهم المؤسسي.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في إدارة علاقات المستثمرين، سيكون المشاركون قادرين على:

- يعرف المشاركون مفهوم إدارة علاقات المستثمرين ودورها في تعزيز الثقة المؤسسية.
- يحدد المشاركون العوامل التي تساهم في نجاح علاقات المستثمرين في المؤسسات.
- يميز المشاركون بين فئات المستثمرين واحتياجاتهم التواصلية.
- يطبق المشاركون أدوات الاتصال والإفصاح في سيناريوهات مؤسسية واقعية.
- يحلل المشاركون الآثار المالية وغير المالية لإستراتيجيات التواصل مع المستثمرين.
- يطور المشاركون خطة علاقة مستدامة تتوافق مع الأهداف الاستراتيجية للشركة.
- يقيم المشاركون أداء علاقات المستثمرين باستخدام مؤشرات قابلة للقياس.
- يتعامل المشاركون مع الأزمات والشائعات بطريقة مهنية مدروسة.
- يدمج المشاركون علاقات المستثمرين في برامج الحوكمة والشفافية المؤسسية.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج إدارة علاقات المستثمرين:

- القدرة على تصميم برنامج إدارة علاقات المستثمرين متكامل.
- مهارات الاتصال الشفاف مع المستثمرين والمساهمين.
- المعرفة الدقيقة بقواعد الإفصاح والأنظمة التنظيمية.
- القدرة على التنسيق بين الإدارات لدعم استراتيجية المستثمرين.
- مهارات إعداد التقارير والعروض المالية للمستثمرين.
- القدرة على التفاوض والتأثير الإيجابي في العلاقة المالية.
- قدرة إدارة الشائعات والأزمات في بيئة السوق.
- مهارات قياس الأداء باستخدام مؤشرات كمية ونوعية.
- القدرة على إدماج علاقات المستثمرين ضمن الحوكمة المؤسسية.
- استيعاب كيفية بناء الثقة المستدامة مع المستثمرين على المدى الطويل.

دراسة سيناريوهات:

في تدريب إدارة علاقات المستثمرين، سيطور المشاركون قدراتهم من خلال دراسة السيناريوهات التالية:

- مواجهة أزمة مفاجئة تؤثر على صافي الأرباح وكيفية التواصل مع المستثمرين.
- إصدار بيان إفصاح عاجل بعد شائعة مالية تتداول في السوق.
- عقد اجتماع طارئ مع مساهمين يطالبون بمزيد من الشفافية.
- إعداد حملة ترويجية لجذب فئة مستثمري النمو داخل الشركة.
- التعامل مع مطالبة الجهات الرقابية بمعلومات إضافية مفصلة.
- إعادة بناء الثقة بعد تراجع الأداء المالي.
- استخدام أدوات تواصل حديثة لردود فعل المستثمرين.
- دمج علاقات المستثمرين في خطة الاتصال المؤسسي بعد إدراج الشركة.
- وضع سيناريو للتواصل مع حملة السندات في ظروف سوقية متقلبة.

محتوى الدورة:

الوحدة 1: مدخل إلى إدارة علاقات المستثمرين:

- تعريف إدارة علاقات المستثمرين ومكانتها في الهيكل المؤسسي.
- الهدف الاستراتيجي من إدارة المستثمرين وربطها برأس المال.
- العلاقة بين إدارة المستثمرين وخفض تكلفة رأس المال.
- توقعات مجلس الإدارة من دور علاقات المستثمرين.
- توازن الإفصاح بين الشفافية والحساسية التجارية.
- مسؤوليات مدير علاقات المستثمرين الداخلية والخارجية.
- العلاقة بين إدارة المستثمرين وسمعة الشركة.
- كيف تدمج علاقات المستثمرين ضمن الخطة الاستراتيجية.

الوحدة 2: أهمية علاقات المستثمرين للشركة:

- ميزة تنافسية عبر بناء الثقة في السوق.
- تأثيرها على تيسير الحصول على التمويل.
- كيفية تعزيز الشفافية أمام الجهات التنظيمية.
- دورها في إدارة الأزمات وتقليل التأثير السلبي.
- تعزيز سمعة الشركة أمام المستثمرين والمؤسسات.
- دورها في تقييم أداء الشركة من وجهة نظر السوق.
- مساهمتها في دعم استراتيجية النمو والتوسع.
- كيف تدعم العلاقات الاستثمارية استقرار السهم.

الوحدة 3: مقومات نجاح إدارة علاقات المستثمرين:

- التزام الإدارة العليا ودعمها المستمر.
- وضوح نطاق التقارير والدورات التواصلية.
- مصداقية الخبرة وكفاءة مدير علاقات المستثمرين.
- تخصيص الموارد والكادر المناسب.
- فعالية التواصل الخارجي مع المستثمرين.
- فهم المستثمرين لأهداف واستراتيجية الشركة.
- مهارات العرض والتسويق المالية.
- التنسيق الداخلي بين الأقسام ذات الصلة.
- التخطيط المسبق للاستفسارات والمواقف الصعبة.

الوحدة 4: فهم أسواق المال وفئات المستثمرين:

- أنواع الأسواق المالية ووظائفها.
- الأسواق العالمية وربطها بسوق الشركة.
- تصنيف المستثمرين: الأفراد والمؤسسات.
- التعامل مع حملة السندات والديون.
- ديناميكيات العرض والطلب في السوق.
- دور الوسطاء والمحليين الماليين.
- تأثير الإعلام والتقارير الصحفية.
- جماعات المصالح وأثرها على المستثمرين.
- العلاقة مع الجهات الرقابية والمستشارين القانونيين.

الوحدة 5: أدوات الاتصال والإفصاح:

- تنظيم الاجتماعات الفردية والجماعية مع المستثمرين.
- تصميم حملات ترويجية متخصصة للمستثمرين.
- التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام المالية.
- إعداد التقرير السنوي وإعلانات الأرباح.
- العروض التقديمية الجذابة للمستثمرين.
- الإفصاحات الدورية وآليات النشر.
- إدارة موقع الشركة ومنصات الرقمية.
- التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- متابعة وتحليل ردود المستثمرين والتكيف.

الوحدة 6: إدارة الأزمات وقواعد الإفصاح:

- مفهوم المعلومات الداخلية وأهميتها.
- توقيت الإفصاح وإدارة الإعلان المرحلي.
- مخاطر خرق السرية وإجراءات التحكم.
- استراتيجيات مواجهة الشائعات.
- التعاملات الداخلية وقوائم المطلعين.
- التلاعب السوقي وأثره على العلاقات.
- آلية إعداد برنامج علاقات المستثمرين.
- فكرة أنشطة علاقات المستثمرين.
- التقديرات المستقبلية والتوقعات.
- تقديم التقارير إلى مجلس الإدارة.
- قياس الأداء المالي وغير المالي.
- دمج علاقات المستثمرين في الحوكمة والاستدامة.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تمنح هذه الدورة المشاركين أساساً متيناً لإدارة علاقات المستثمرين بشكل استراتيجي ومهني. ننصح بتطبيق المفاهيم مباشرة في البيئة المؤسسية لتعزيز الثقة ورفع قيمة الشركة في السوق.