

المقدمة:

أصبحت وظيفة مسؤول علاقات المستثمرين واحدة من أهم الوظائف الاستراتيجية داخل المؤسسات الحديثة، حيث تزايدت أهميتها في ظل التغيرات المستمرة والتقلبات التي تشهدها أسواق المال العالمية. ولم يعد هذا الدور يقتصر على مجرد نقل المعلومات، بل أصبح يتطلب مستوى عالياً من الكفاءة والمهارة في مجالات متعددة تساعد على الاستجابة لتلك المتغيرات والتعامل معها بمرونة وفعالية.

تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تعزيز فهم المشاركين لدور مسؤول علاقات المستثمرين، وتسلط الضوء على أهمية الالتزام بقواعد الإفصاح والشفافية في التعامل مع الأسواق المالية. كما تركز الدورة على كيفية بناء وتطبيق برنامج متكامل وناجح لإدارة علاقات المستثمرين يعزز من سمعة الشركة، ويدعم قدرتها التنافسية، ويسهم في خفض تكلفة رأس المال وتحقيق رضا المساهمين.

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو علاقات المستثمرين في الشركات.
- المستشارون القانونيون والمختصون في شؤون الشركات.
- مستشارو علاقات المستثمرين.
- المستثمرون في الأسهم والسندات.
- المساهمون في الشركات المساهمة العامة والخاصة.
- منظمو الحملات الترويجية للأسواق المالية.
- المتعاملون في أسواق المال.
- المستثمرون الأفراد.
- العملاء والموردون ذوو العلاقة الوثيقة بالمؤسسة.
- المحللون الماليون.
- كل من يرغب في تطوير مهاراته وخبراته في هذا المجال الاستراتيجي.

الأهداف التدريبية:

مع نهاية البرنامج التدريبي، سيتمكن المشاركون من:

- إدراك الدور المحوري الذي يؤديه مسؤول علاقات المستثمرين في الشركات.
- التعرف على العوامل الأساسية التي تسهم في نجاح إدارة علاقات المستثمرين.
- فهم طبيعة الأسواق المالية المختلفة وأهميتها في تشكيل العلاقات المؤسسية.
- التمكن من استخدام أدوات الاتصال بفعالية في التواصل مع المجتمع المالي.
- اكتساب المعرفة بقواعد الإفصاح والشفافية وآليات التعامل مع الشائعات والمعلومات الداخلية.
- التمكن من تقييم أداء علاقات المستثمرين مالياً وغير مالياً.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مقدمة حول علاقات المستثمرين

- تعريف علاقات المستثمرين ومجالاتها.
- الأهداف الاستراتيجية لعلاقات المستثمرين.
- مفهوم التقييم العادل للشركات.
- دور علاقات المستثمرين في تخفيض تكلفة رأس المال.
- حدود الدور ومسؤوليات علاقات المستثمرين.
- تطلعات مجلس الإدارة من هذا الدور الحيوي.

الوحدة الثانية: أهمية علاقات المستثمرين للشركات

- الإضافة التنافسية التي توفرها علاقات المستثمرين.
- تعزيز الالتزام المؤسسي تجاه الجهات الرقابية.
- دور علاقات المستثمرين في بناء السمعة المؤسسية وإدارة الأزمات.

الوحدة الثالثة: مقومات نجاح علاقات المستثمرين

- دعم الإدارة العليا لعلاقات المستثمرين.
- مدى شمولية تقارير إدارة علاقات المستثمرين.
- خبرة ومصادقية المسؤول المختص.
- كفاءة الموارد وتوفر الإمكانيات.
- فعالية الاتصالات الخارجية واستيعاب السوق لأهداف الشركة.
- مهارات التسويق والقدرة على التعامل مع استفسارات المستثمرين.
- التنسيق الداخلي والقدرة على بناء علاقات مؤسسية فعالة.
- المسؤوليات الأساسية لمهام مسؤول علاقات المستثمرين.

الوحدة الرابعة: فهم الأسواق المالية

- تصنيف الأسواق المالية وأنواعها.
- مكونات أسواق المال العالمية.
- تعريف فئات المستثمرين: الأسهم، السندات، شهادات الإيداع الدولية.
- فهم الفرق بين جانب الشراء وجانب البيع.
- دراسة دور الإعلام، الصحافة، جماعات المصالح، والعملاء.
- العلاقة مع الجهات الرقابية والمستشارين القانونيين.
- التعرف على دور شركات تحليل المساهمين، مصممي المواقع، منظمي الحملات الترويجية.
- العلاقات العامة المرتبطة بالشؤون المالية.

الوحدة الخامسة: أدوات الاتصال في علاقات المستثمرين

- الاجتماعات مع المساهمين والمستثمرين.
- الحملات الترويجية الموجهة للمجتمع المالي.

- التعامل مع وسائل الإعلام.
 - تنظيم زيارات ميدانية للمواقع التشغيلية.
 - إعداد التقارير السنوية.
 - إعلانات نتائج الأعمال والعروض التقديمية للمستثمرين.
 - الإفصاحات الدورية.
 - تطوير المواقع الإلكترونية الرسمية.
 - استخدام منصات التواصل الاجتماعي في دعم علاقات المستثمرين.
- الوحدة السادسة: قواعد الإفصاح والشفافية
- تعريف المعلومات الداخلية وطرق التعامل معها.
 - توقيت الإفصاح المناسب عن المعلومات الجوهرية.
 - مخاطر خرق السرية المؤسسية.
 - إدارة الشائعات في البيئة المالية.
 - التعاملات الداخلية وقوائم الأشخاص المطلعين.
 - التحديات المرتبطة بالتلاعبات السوقية وأثرها على وظيفة علاقات المستثمرين.
- محاوإ إضافية:
- كيفية إدارة برنامج علاقات المستثمرين بشكل احترافي.
 - أهمية وجود فكرة منظمة لأنشطة علاقات المستثمرين.
 - كيفية التعامل اليومي مع السماسرة والمحليين والمساهمين.
 - تطوير تقديرات دقيقة للأرباح المستقبلية.
 - التوجيه المالي السليم من خلال لقاءات فردية أو جماعية مع المستثمرين.
 - التخطيط والاستعداد للحملات الترويجية.

- إعداد ورفع التقارير لمجلس الإدارة.
- إدارة الأزمات من منظور علاقات المستثمرين.
- تقييم عائدات علاقات المستثمرين على الشركة.
- قياس الأهداف المالية وغير المالية.
- تعزيز فهم المؤسسة لأهمية الدور التكميلي لعلاقات المستثمرين ضمن إطار الحوكمة المؤسسية.