

المقدمة:

شهد قطاع الاستثمار في الآونة الأخيرة بروز نوع جديد من خدمات الأعمال المبتكرة يُعرف بـ "التسويق الاستثماري"، وهو يُعنى بتقديم حلول متقدمة وفعالة لتمكين المستثمرين والمهتمين بمجال الاستثمار من اكتساب المعرفة والمهارات والخبرات التطبيقية الضرورية لفهم السوق، وتحليل تحركاته، واستيعاب توجهات المنافسين، وضمان تموضع مستقر في المشهد الاستثماري المعاصر.

يهدف هذا النوع من التسويق إلى الإسهام الفعّال في تنشيط حركة الاستثمار وتعزيز الإمكانيات الإنتاجية ذات الطابع التنافسي. كما أن استراتيجيات التسويق الاستثماري تُعد عنصراً أساسياً ضمن الاستراتيجية الاستثمارية الشاملة، حيث تُمكن من تحديد الوسائل الكفيلة بالحصول على مزايا تنافسية، وتوجيه الموارد بشكل فعّال نحو تحقيق أهداف تسويقية محددة. وتركز هذه الاستراتيجيات بالدرجة الأولى على توسيع الحصة السوقية القابلة للإدارة من خلال توظيف العناصر الجوهرية للنشاط التسويقي.

وتُعتبر هذه الاستراتيجيات ناتجاً مباشراً لعمليات التخطيط الاستراتيجي في بيئة الأعمال، حيث تتكامل مع الأنشطة الاستثمارية لتُشكّل محركاً تراكيمياً لدفع الاستثمارات بمختلف أشكالها ومستوياتها.

الفئات المستهدفة:

- المتخصصون في مجالات التسويق والتواصل الذين يسعون إلى تعميق معرفتهم في التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي والتوجهات الحديثة في إدارة التسويق.
- المديرون المسؤولون عن تصميم وتنفيذ البرامج التسويقية في مؤسساتهم، إلى جانب العاملين في أقسام التسويق والراغبين في الارتقاء بممارساتهم الاحترافية.
- الأفراد المهتمون بتطوير مهاراتهم التسويقية في المجال الاستثماري والراغبون في الاستفادة من هذا البرنامج التدريبي.

الأهداف التدريبية:

بنهاية البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد الأهداف الاستثمارية والتسويقية.
- مواءمة أهداف التسويق الاستثماري مع الأهداف العامة للمؤسسة.
- إجراء تحليل دقيق وشامل للوضع الراهن في السوق.
- صياغة استراتيجيات تسويقية فعالة وموجهة.
- تطوير إجراءات تكتيكية لتطبيق الاستراتيجية على أرض الواقع.
- التحكم في الأداء وقياس نتائج الأنشطة التسويقية.

- تخطيط استراتيجية دخول السوق بمنتج استثماري جديد.
- تصميم خطة تسويق متكاملة لفرص استثمارية واعدة.
- إدارة الموارد بشكل منظم لدعم وتحقيق الأهداف التسويقية.
- تنظيم الأنشطة التسويقية وفق تسلسل منطقي لتحقيق النتائج المرجوة.
- تعزيز معدلات الربحية، وزيادة حجم الاستثمارات، وتوسيع الحصة السوقية.

الكفاءات المستهدفة:

- فهم عميق لفلسفة التسويق الاستثماري ومبادئه الأساسية.
- إلمام بآليات تنظيم وتمويل الاستثمارات في الاقتصاد الحقيقي.
- تطبيق التسويق الاستثماري بشكل فعال لتحقيق أهداف المؤسسات الاستثمارية.
- التمييز بين أنواع ووظائف التسويق الاستثماري، لا سيما تلك التي تطورت بمعزل عن التسويق الكلاسيكي.
- فهم القيمة التطبيقية للتسويق الاستثماري من حيث المهام والأساليب.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: فلسفة التسويق الاستثماري

- التعريف بالتسويق الاستثماري باعتباره توجهاً حديثاً في قطاع الأعمال.
- مقارنة بين التسويق الاستثماري والتسويق الكلاسيكي في سياق السوق الحرة.
- استكشاف تقنيات تسويق الأعمال المبتكرة.

الوحدة الثانية: تنظيم وتمويل الاستثمارات في الاقتصاد الحقيقي

- دراسة الأسواق الاستثمارية على الصعيدين العالمي والمحلي.
- تطوير المنتجات والمشاريع الاستثمارية وتسويقها بفعالية.
- إدارة العمليات السوقية بالتكامل مع استراتيجيات إدارة الاستثمار.
- إبراز أهمية التسويق الاستثماري في اقتصاد السوق الحديث كضرورة موضوعية.

الوحدة الثالثة: المبادئ الأساسية للتسويق الاستثماري

- أهمية التحليل المستمر لحالة السوق وتوجهاته.
- التكيف مع الظروف المتغيرة للسوق عبر استراتيجيات استثمارية فعالة.
- التأثير الفعال على السوق عبر تقديم منتجات استثمارية واعدة.
- إنشاء نظام رصد شامل لقياس البيئة التنافسية ومؤشراتها.

- تحديد احتياجات المستثمرين وتلبيتها من خلال الإنتاج الفعال.
- تحفيز الطلب وترويج المنتجات الاستثمارية بكفاءة.

الوحدة الرابعة: القيمة التطبيقية للتسويق الاستثماري - المهام والطرق

- اتخاذ القرارات الاستثمارية بناءً على تحليل علمي.
- تقييم المخاطر الاستثمارية وابتكار وسائل للحد منها.
- التعرف على مصادر تمويل الاستثمارات الرأسمالية واختيار الأفضل منها.
- بناء محفظة استثمارية مثالية باستخدام مناهج مهنية.
- إعداد دراسات جدوى اقتصادية لتبرير الاستثمارات.
- تخطيط استثماري دقيق ومبني على تحليل مالي واقتصادي.

الوحدة الخامسة: ممارسة التسويق الاستثماري وتحقيق أهدافه

- إجراء دراسات معقدة وشاملة لسوق الاستثمار.
- التخطيط المنهجي وتنسيق الأنشطة الاستثمارية.
- ضمان تحقيق قدرة تنافسية عالية في السوق.
- تحقيق عوائد استثمارية مرتفعة.
- التركيز على تلبية تطلعات واحتياجات المستثمرين.

الوحدة السادسة: وظائف التسويق الاستثماري وأنواعه

- مراقبة وتحليل حالة سوق الاستثمار واتجاهاته.
- تقسيم سوق المشاريع الاستثمارية إلى شرائح محددة.
- تحديد مواقع المشاريع الاستثمارية وترويجها.
- تحليل ومراقبة أنشطة المنافسين بشكل مستمر.
- التنبؤ بأوضاع السوق المستقبلية.
- تطوير مشاريع استثمارية ذات كفاءة عالية.
- مراقبة الأداء التسويقي باستمرار.
- تخطيط شامل للأنشطة الاستثمارية والتسويقية لتحقيق أقصى فاعلية.