



دورة:
تطوير المنتجات المالية والاستثمارية في المؤسسات

2026 27 - 23 نوفمبر
امستردام (هولندا)

تطوير المنتجات الهالية والاستثنائية في المؤسسات

رمز الدورة: PC13270 تاريخ الإنعقاد: 23 - 27 نوفمبر 2026 دولة الإنعقاد: امستردام (هولندا) - رسوم الإشتراك: Euro 5775

مقدمة:

تم تصميم هذا البرنامج التدريبي من قبل Center Training Horizon Global خصيصاً لتلبية احتياجات المؤسسات التي تسعى لتطوير منتجاتها المالية والاستثمارية بما يتماشى مع متغيرات السوق وتوقعات العملاء والبيئة التنظيمية. يركز البرنامج على الجوانب العملية لتطوير المنتجات بدءاً من دراسة السوق واحتياجات العملاء، مروراً بتوليد الأفكار والتصميم والتسويق، وانتهاءً بإطلاق المنتج وقياس أدائه. كما يولي البرنامج أهمية خاصة للابتكار والاستفادة من الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة لتعزيز التنافسية وتحقيق الاستفادة.

أهداف البرنامج:

بنهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل احتياجات السوق وتحديد الفرص لتطوير منتجات مالية واستثمارية جديدة.
- بناء استراتيجيات فعالة لتصميم وتطوير المنتجات بما يحقق أهداف المؤسسة.
- استخدام الأدوات الحديثة في تحليل الجدوى وتقييم المخاطر والتسعير.
- فهم دورة حياة المنتج ومراحل تطويره وإطلاقه في السوق.
- دمج مفاهيم الابتكار والتحول الرقمي في تطوير المنتجات.
- إدارة الأداء والنتائج التشغيلية والتسويقية للمنتجات بعد الإطلاق.

منهجية التدريب:

- عروض تقديمية تفاعلية مدعومة بأمثلة واقعية.
- مناقشات جماعية وتمارين تحليلية.
- دراسات حالة من مؤسسات مالية عالمية.
- ورش عمل تطبيقية لتصميم نماذج أولية للمنتجات.
- تقييم ذاتي للمشاركين في نهاية كل يوم تدريبي.

الأثر على المؤسسة:

- زيادة مرونة المؤسسة في الاستجابة لاحتياجات السوق المتغيرة.
- تحسين جودة المنتجات المالية بما يعزز رضا العملاء والثقة المؤسسية.
- دعم استراتيجية النمو من خلال تنوع المنتجات وزيادة الإيرادات.

- ترسيخ ثقافة الابتكار في فرق العمل المسؤولة عن تطوير المنتجات.

الفئات المستهدفة:

- المدراء الماليون ومدراء تطوير المنتجات.
- مسؤولو الاستثمار والتسويق في المؤسسات المالية.
- خبراء تمويل الأعمال والمصرفيون ومدراء المشاريع الاستثمارية.
- العاملون في أقسام البحوث وتطوير المنتجات.
- فرق الابتكار والتطوير المؤسسي.

المحاور التدريبية:

اليوم الأول: الأسس الاستراتيجية لتطوير المنتجات المالية

- مفهوم تطوير المنتجات المالية والاستثمارية
- الربط بين استراتيجية المؤسسة وتطوير المنتجات
- تحليل SWOT في بيئة المنتجات المالية
- نماذج النجاح في مؤسسات مالية عالمية

اليوم الثاني: تحليل السوق والعملاء

- أدوات تحليل السوق المالي والاستثماري
- دراسة سلوك العملاء وتوقعاتهم
- تحليل المنافسين وتحديد الفجوات في السوق
- توليد الأفكار المبتكرة بناءً على البيانات

اليوم الثالث: تصميم المنتج المالي

- صياغة مقترح القيمة للمنتج
- بناء النماذج المالية الأولية
- إعداد خطة تطوير المنتج
- تقييم الجدوى المالية والاستثمارية

اليوم الرابع: التسعير، المخاطر، والامتثال

- استراتيجيات تسعير المنتجات المالية
- إدارة المخاطر المرتبطة بالمنتجات
- الامتثال للوائح التنظيمية والرقابية
- مواءمة المنتجات مع أهداف التنمية المستدامة SDGs

اليوم الخامس: إطلاق المنتج وإدارة أدائه

- خطوات وخطة إطلاق المنتج في السوق
- استراتيجيات التسويق والتوزيع
- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لتقييم المنتج
- مراجعة وتحديث المنتج بعد الإطلاق