

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему – Организация профессиональных конкурсов и профильного обучения в рекламном бизнесе.

Слайд 2

Актуальность исследования обусловлена тем, что эффективная деятельность любого предприятия всегда связана с его маркетинговой деятельностью, одной из важнейших составляющих которой является реклама. Современную жизнь сложно представить без рекламы. Она везде, где бы мы ни были: на улице, в магазине, в транспорте, появляется на телевидении, по радио, на концертах. К сожалению, в России ощущается недостаток необходимых теоретических и практических средств в области управления, профессионального обучения и конкурсов в рекламной деятельности для эффективного функционирования маркетинговых и рекламных подразделений предприятий. В связи с этим, необходимо применять перспективные модели и методы управления, профессионального обучения и конкурсов в рекламной деятельности, которые соответствуют специфике отечественного рынка.

Слайд 3

Цель данной работы – разработка рекомендаций по совершенствованию организации профессиональных конкурсов и профильного обучения персонала в Управлении маркетинга и коммуникаций Поволжского Банка ПАО «Сбербанк». На основании заявленной цели необходимо решить следующие задачи, представленные на слайде.

Слайд 4

Управление маркетинга и коммуникаций Поволжского Банка является структурным подразделением ПАО «Сбербанк».

ПАО «Сбербанк России» действительно много внимания уделяет маркетингу. В рамках банковской структуры даже создано собственное управление маркетинговых исследований. Его главной задачей выступает оказание помощи в принятии бизнес-решений, предоставлении данных, аналитики и рекомендаций. Основное внимание в Управлении маркетинговых исследований Сбербанка уделяется изучению потребителей. В частности, речь идет об: изучении их интересов, ценностей, образа жизни и моделей поведения, а также того, как

клиенты выбирают и пользуются продуктами банка, какими мотивами и барьерами они обладают; оценке идей продукта или сервиса, включая определение оптимального наполнения и цены продукта; изучении имиджа бренда, восприятия рекламы, названий, промо- и спонсорских мероприятий; оценке клиентской лояльности и определении удовлетворенности качеством сервиса; оценке удобства интерфейсов сайта, интернет-банка, банкоматов и мобильных приложений. В действительности данное управление проводит как стандартные, так и нестандартные исследование, производит оценку идей, разрабатывает интерфейс услуг и делает многие другие важные вещи.

В настоящий момент в ПАО «Сбербанк» процессы обучения делятся на два больших блока: внешний и внутренний. Внешнее обучение необходимо планировать, внутреннее – можно посещать без предварительного плана (обязательно согласовав своё отсутствие с руководителем). Система профессионального обучения ПАО «Сбербанк» отражена на рисунке.

Слайд 5

Управление маркетинга и коммуникаций Поволжского Банка ПАО «Сбербанк» даёт сотрудникам большой набор возможностей для саморазвития и обучения.

- Образовательные программы.
- Программа «Перезапуск»
- Smart-сервисы

Слайд 6

По результатам анализа процесса планирования обучения в Управлении было выявлено, что основными предпосылками к обучению являются: потребности в повышении профессиональной компетентности, приоритетность задач компании, потребности рынка. Программа развития персонала способствует формированию рабочей силы, обладающей более высокими способностями и сильной мотивацией к выполнению задач, стоящих перед компанией. Естественно, что это ведет к росту производительности труда, а значит, и к увеличению ценности людских ресурсов компании. Овладеть необходимыми компетенциями – значит, стать способным выполнять свою работу на высоком уровне эффективности и в соответствии с установленными в организации стандартами. Наиболее эффективными методами обучения являются внутренние курсы и практикум. В рассматриваемом нами подразделении ПАО «Сбербанк» обучение персонала происходит в формате 10-20-70. То есть:

- - 10% обучения составляет теоретическое обучение, получение новых знаний,

- - 20% обучения проходит во взаимодействии с трудовым коллективом компании, это всевозможные стажировки, ротации.
- - 70% — это обучение сотрудника непосредственно на рабочем месте, то есть выработка конкретных навыков, которые работник будет применять в своей основной деятельности.

Слайд 7

Современное обучение не полностью учитывает особенности исследуемого подразделения ПАО «Сбербанк» и нуждается в совершенствовании. Таким образом, были выявлены следующие проблемы профессионального обучения и конкурсов:

- некоторые сотрудники не видят смысла в обучении и, соответственно, результаты этого обучения не оправдывают ожиданий руководства;
- некоторые сотрудники не применяют полученные во время обучения знания в своей работе;
- некоторые сотрудники сомневаются, что обучение способствует успешной работе;
- некоторые сотрудники не видят смысл в конкурсах, не понимают, зачем принимать в них участие и какую реальную пользу это может принести.

Слайд 8

Для повышения эффективности системы обучения специалиста Управления маркетинга и коммуникаций ПАО «Сбербанк» предлагается активно использовать современные методы профессионального обучения специалиста Управления. В этих целях необходимо реализовать следующие мероприятия. На этапе определения потребности, цели для каждого работника выстраиваются индивидуально, но у руководителя и подчиненного нет возможности обсудить предстоящее обучение. Данная проблема мешает получению тех знаний, умений и навыков, которые требует организация. Для того, что бы начальник смог ответить на все интересующие вопросы своего сотрудника следует на стадии постановки целей и потребностей в обучении определить время для беседы. В этом случае диалог мотивирует работника быть более ответственным и внимательным к поставленным целям и задачам организации. Организацией беседы должен заняться руководитель сотрудника, проходящего обучение. Во время общения начальнику стоит четко сформулировать цели и задачи индивидуально, для каждого подчиненного, направляемого на обучение. Владеть всей информацией, по поводу предстоящего учебного процесса. При наличии уточняющих вопросов у сотрудника, ответить на них. Эти этапы обязательны для более эффективного и качественного процесса обучения персонала. Управлении маркетинга и коммуникаций Поволжского Банка ПАО «Сбербанк» использует различные формы и методы обучения персонала. Однако, следует пересмотреть систему

обучения вне рабочего места и по возможности сменить их на обучение без отрыва от производства. Таким образом, учебный процесс будет более практическим, что является эффективнее для получения знаний. Обучение без отрыва от производства осуществляется в обычной рабочей обстановке: обучаемый использует настоящие рабочие инструменты и оборудование, документацию или материалы, которые он будет использовать и после завершения обучения. При этом обучаемый работник рассматривается как частично производительный работник, что говорит о минимальных потерях по выработке. Это поможет сотрудникам понять смысл обучения и они смогут применить полученные во время обучения знания в своей работе.

Так же следует ввести новые методы обучения персонала на рабочем месте. Один из них это ротация, при котором сотрудник временно перемещается на другую должность с целью приобретения новых умений и навыков.

Слайд 9

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!