МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет гуманитарного образования

Кафедра психологии и педагогики

Специальность «Банковское дело»

Отчёт по прохождению учебно-ознакомительной практики

Организация связей с общественностью в ОАО «Промсвязьбанк»

Работу выполнила:

Студентка 5 – ФГО -14

Михайлина А.Г.

Работу проверил:

Нестеренко В.М.

Самара 2015

**Введение**

**Актуальность.** В настоящее время специальность «связи с общественностью» развивается и становится более востребованной. С каждым годом становится все больше специалистов в этой области. Чтобы стать успешным специалистом и получить престижную, высокооплачиваемую работу, нужно проявить и зарекомендовать себя. Такая возможность предоставляется в рамках учебно – ознакомительной практики. Во время прохождения практики происходит повышение уровня знаний в области связей с общественностью, закрепление и углубление полученных теоретических знаний по дисциплинам.

**Цель.** Применить способности и умения решать актуальные профессиональные задачи на основе знаний традиционных и инновационных методов и технологий.

**Задачи.**

1. Изучить структуру, цели, задачи, функции и документацию подразделения.
2. Знакомство с работой специалистов отдела по связям с общественностью.
3. Освоить информационные системы ОАО «Промсвязьбанк».
4. Применить на практике знания и умения организации и проведения PR-мероприятий.

коммуникация информационная система общественность банк

**ОАО «Промсвязьбанк»**

Промсвязьбанк – один из ведущих российских частных банков с активами 680 млрд. рублей и собственными средствами 96 млрд рублей по состоянию на 01.04.2013 г., согласно данным по МСФО, основан в 1995 году. По размеру активов Промсвязьбанк занимает 10-е место среди крупнейших российских банков по версии Интерфакс-ЦЭА по данным на 1 апреля 2013 года. В актуальном рейтинге журнала The Banker Промсвязьбанк входит в 500 крупнейших банков мира по размеру собственного капитала.

Местом прохождения практики является Отдел маркетинга (отдел общественных связей) ОАО «Промсвязьбанк» по адресу г. Самара, ул. Победы, д. 92, являющийся так же операционным офисом ОО « Победа» Приволжский филиал.

В своей деятельности Отдел общественных связей подчиняется заместителю Управляющего Отделением.

Основные задачи Сектора включают в себя:

1. Планирование деятельности отдела.
2. Информирование общественности и партнёров, клиентов о деятельности Отделения, организация мероприятий по формированию и поддержанию положительного имиджа Промсвязьбанка в общественном мнении.
3. Установление и поддержание эффективных рабочих отношений с местными и муниципальными органами государственной власти, общественными организациями.
4. Организацию эффективного взаимодействия со средствами массовой информации.
5. Координация работы внутренних структурных подразделений Отделения в области общественных связей и рекламы, их организационное и информационно – аналитическое обеспечение.
6. Осуществление политики Промсвязьбанка в области рекламы с целью сохранения лидирующих позиций на финансовом рынке, увеличения объема продаж услуг и продуктов, привлечения новых клиентов.

**Описание выполненных работ**

В процессе прохождения практики было установлено, что в своей деятельности Отдел по связям с общественностью руководствуется:

- Уставом ОАО «Промсвязь Банк»;

- Федеральным законом «О банках и банковской деятельности»;

- иными законами;

- решениями Совета Директоров банка, Правлением Промсвязьбанка;

- нормативными и распорядительными документами;

- планом работ.

Отдел по связям с общественностью в соответствии с возложенными на него задачами выполняет следующие основные функции:

1. Организация эффективного взаимодействия со средствами массовой информации, управлением общественных связей Промсвязьбанка.
2. Осуществление функций внутреннего PR.
3. Разработка долговременных и краткосрочных планов работы Банка в области общественных связей и координация их выполнения с деятельностью внутренних структурных подразделений в этой области.
4. Информирование клиентов и партнеров о деятельности Банка и поддержание с ними благоприятных отношений.
5. Контроль над соблюдением внутренними структурными подразделениями единого фирменного стиля Промсвязьбанка, размещением рекламных и информационных материалов о Банке, изготовление рекламной и полиграфической продукции.
6. Реализация социальной ответственности отделения.
7. Подготовка совместно с внутренними структурными подразделениями Отдела официальной информации, материалов о деятельности отдела и организация их размещения в российских средствах массовой информации, подготовка справочно – статистических, видео- и фотоматериалов, сообщений о благотворительной деятельности Отдела.
8. Проведение маркетинговых работ, организация тендеров и представление руководству Отдела для подписания проектов, контрактов на изготовление всех видов рекламной и сувенирной продукции, отвечающей требованиям единого фирменного стиля (годовые отчёты, проспекты, брошюры и т.д.)

Сотрудники Отдела руководствуются в работе настоящим Положением, индивидуальными должностными инструкциями.

В ходе учебно – ознакомительной практики была предоставлена возможность практического применения знаний, умений и навыков, полученных за время обучения. Был проделан большой объем работы, включающий в себя широкий спектр деятельности, в том числе:

- организация кофе – брейка на конференции;

- участие в организации круглого стола;

- участие в составлении плана мероприятия;

- написание PR - текстов;

**Внутренние каналы коммуникации Промсвязьбанка**

Задача – изучить внутренние коммуникации Промсвязьбанка.

Цель – ознакомиться с внутренними коммуникациями Промсвязьбанка, оценить качество предоставляемой информации, эффективность работы данных каналов, связи между сотрудниками банка.

Моя деятельность была направлена на изучение каналов внутренней коммуникации Промсвязьбанка. Была проведена работа по сбору информации, изучению источников, систематизации данных в таблицу (Приложение 2). Коммуникации в Промсвязьбанке развиты на высоком уровне, поток информации осуществляется эффективно, быстро и качественно. Внутри банка существует электронная внутрибанковская почта – Lotus Notes, которая позволяет передавать запросы банковских сотрудников между собой. Каждый сотрудник может в любой момент получить всю необходимую ему информацию. Получив информацию, любой желающий может обратиться по заинтересовавшему его вопросу к источнику информации по каналу обратной связи, внести свои предложения, коррективы, задать вопрос. Следует отметить работу Сайта Промсвязьбанк. Сайт постоянно обновляется, пополняется информацией, удобен в использовании. Информация на сайте представлена в полном объеме, который необходим для клиентов, отсюда можно судить о высоком качестве работы сотрудников, занимающихся разработкой и оснащением сайта.

Оценка – на мой взгляд, внутренние коммуникации Промсвязьбанка развиты на очень высоком уровне и в какой-либо корректировке, на данный момент времени, не нуждаются.

**Пресс – конференция Промсвязьбанка о запуске нового сервиса**

Задача – составление PR – документа ( план конференции).

Цель – научиться собирать информацию, систематизировать её, правильно оформлять, принимая во внимание все нюансы.

Одно из главных заданий, которое было поставлено передо мной, заключалось в сборе всей необходимой мне информации о предстоящем PR – мероприятии, а именно

Конференция о запуске нового сервиса, в рамках проекта повышения финансовой грамотности. План конференции долен был быть проработан и составлен самостоятельно, в соответствии со всеми правилами, отображать всю необходимую организаторам информацию. Была собрана информация о месте проведения конференции – зал « Самара» в отеле «Holiday Inn». Место для проведения мероприятия удобно по техническому оснащению, месторасположению, предоставлению качественных услуг работниками отеля «Holiday Inn». Участниками конференции являлись представители различных коммерческих и государственных учреждений, которые так или иначе связаны с темой финансовой грамотности. Данные были обработаны, систематизированы и оформлены должным образом.

Оценка – с поставленной задачей справилась успешно, план был одобрен и задействован организаторами конференции (приложение 1).

**Организация и проведение PR- мероприятий**

Круглый стол «Ипотечное кредитование»

Задача – организация круглого стола « Ипотечное кредитование»

Цель – применить на практике свои знания и умения в организации PR – мероприятий, полученных за время обучения. Научиться вести деловые переговоры с представителями СМИ.

 Одним из интереснейших и важнейших этапов практики стало участие в организации и проведении круглого стола, посвященного ипотечному кредитованию. Для того, чтобы организовать подобное мероприятие было необходимо выполнить несколько задач: обсудить и договориться о месте проведения, времени, связаться с участниками круглого стола, представителями СМИ и т.д. определением места проведения, временем и составом участников занимался мой руководитель практики, мне же было поручено провести деловые переговоры с представителями СМИ. Для эффективного прохождения делового разговора, мне было необходимо подготовить всю нужную информацию, продумать что и как я должна сказать, рассмотреть все нюансы организации и проведения мероприятия, чтобы быть компетентной и суметь ответить на любые вопросы, которые могут быть заданы мне. Оценка – были отработаны навыки ведения деловых переговоров, организационной работы со СМИ, в том числе были успешно осуществлены телефонные перегворы с представителями газеты « Самарское обозрение».

Конференция « Дни малого и среднего бизнеса в России»

Задача – применить на практике свои знанию по сбору информации, составлению программы мероприятия и пригласительных писем.

Цель – научиться собирать информацию, систематизировать , правильно оформлять всю необходимую документацию.

Подготовка к конференции проходила очень тщательно. Мне было дано задание проработать программу мероприятия и составить пригласительные письма. Письмо должно было содержать всю необходимую информацию для участников данного мероприятия, поэтому перед его составлением мною была собрана вся важная информация о проведении конференции. В мои обязанности входило составление и рассылка пригласительных писем. Изучив правила их составления, примеры других организаций, мною был выбран наиболее привлекательный вариант, который был достаточно ёмким и информативным. Подготовленные мною письма были проверены руководителем, одобрены и разосланы мною адресатам. (Приложение 3)

Так же мною была составлена программа проведения мероприятия , которая включала всю необходимую информацию о месте, времени проведения конференции и , конечно, теме мероприятия. Программа так же была одобрена и скорректирована руководителем. (Приложение 4)

Оценка – отметила для себя различные варианты составления пригласительных, правил и возможностей их составления.

**Заключение**

По итогам окончания учебно-ознакомительной практики можно утверждать о том, что мною получены глубокие знания о специфике работы отдела по связи с общественностью в области банковского дела, навыки проведения различного рода PR – мероприятий, написания PR – текстов. В ходе работы иногда возникали трудности, но они легко решались с помощью информации, доступ к которой не был ограничен, задания были подробно и четко сформулированы, в ходе выполнения работы был промежуточный контроль со стороны работников отдела связей с общественностью. Усвоены различные варианты переговоров с клиентами, партнерами, СМИ. Полученный опыт помог в развитии умения выявлять, обрабатывать и анализировать ценную информацию по конкретным проблемам профессиональной деятельности, грамотно формулировать свои мысли, предложения, документально оформлять результаты анализа, эффективно осуществлять поставленные задачи и достигать качественных результатов.

Размещено на Allbest.ru