

**Образовательная автономная некоммерческая организация
высшего образования**

«МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ

ОТЧЕТ

о прохождении производственной практики

ПО ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю ПМ.03 Выполнение работ по профессии 20002
«Агент банка»

обучающегося группы _____

шифр и номер группы

ДЦО.РФ

(Ф.И.О.)

INFO@ДЦО.РФ

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БАНКА.....	3
1.1 Характеристика банка.....	3
1.2 Услуги Сбербанка для физических лиц.....	5
2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ АГЕНТА БАНКА.....	8
3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ В БАНКЕ.....	14
4. АНАЛИЗ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В БАНКЕ ПАО «СБЕРБАНК».....	16
5 . АНАЛИЗ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ В БАНКЕ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НОРМ И ПРАВИЛ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В БАНКЕ.....	17
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	19

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ
ПО ПРАКТИКЕ

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БАНКА

1.1 Характеристика банка

Организационная структура – совокупность подразделений банка, которые выполняют закрепленные за ними функции. Цель организационной структуры – управление функционированием банка. Финансовая структура позволяет выделить, и эффективно управлять внутренними бизнесами банка, поэтому хозрасчетная модель может быть построена только на основе финансовой структуры.

Организационная структура банка включает функциональные подразделения и службы банка, каждая из которых имеет определенные права и обязанности. Выбор оптимальной организационной структуры банка – важное условие эффективности организации труда в банке в целом, его успешной коммерческой деятельности. Основным критерием организационного построения банка является экономическое содержание и объем выполняемых банком операций.

Органами управления Банка являются:

- Общее собрание акционеров – высший руководящий орган Сбербанка России. На Общем собрании акционеров принимаются решения по основным вопросам деятельности Банка.

- Наблюдательный совет. Наблюдательный совет Банка состоит из 17 директоров, среди которых 11 представителей Банка России, 2 представителя Сбербанка России и 4 независимых директора.

- Правление Банка. Правление Банка состоит из 23 членов. Возглавляет Правление Банка Президент, Председатель Правления Банка.

Все органы управления Банком формируются на основании Устава Сбербанка России и в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Общее собрание акционеров является высшим органом управления банка. На общем собрании акционеров принимаются решения по основным вопросам деятельности банка. Перечень вопросов, относящихся к компетенции общего собрания акционеров, определен Федеральным законом «Об акционерных

обществах» от 26.12.1995 №208-ФЗ (ред. от 28.12.2013) и уставом банка.

В соответствии с уставом общее руководство деятельностью банка осуществляет наблюдательный совет. В компетенции наблюдательного совета относятся вопросы определения приоритетных направлений деятельности банка, назначения членов правления и досрочное прекращение их полномочий, вопросы созыва и подготовки общих собраний акционеров, рекомендации по размеру дивидендов по акциям, периодическое заслушивание отчетов президента, председателя правления банка о деятельности банка и другие вопросы. Комитеты наблюдательного совета являются органами, созданными для предварительного рассмотрения наиболее важных вопросов, отнесенных к компетенции наблюдательного совета, и подготовки рекомендации по ним.

Формирование комитетов осуществляется ежегодно из числа членов наблюдательного совета банка. В состав каждого комитета включаются независимые директора. Комитеты способствуют рабочему взаимодействию с органами управления банка. Руководство текущей деятельностью банка осуществляется президентом, председателем правления и правлением банка.

В целях повышения эффективности работы и развития бизнеса в банке функционирует ряд коллегиальных рабочих органов (комитетов), подотчетных правлению ПАО Сбербанк, основными задачами которых является решение вопросов проведения единой, согласованной политики по различным направлениям операционной деятельности банка. Коллегия является площадкой для активного обсуждения стратегических вопросов развития банка и выработки оптимальных решений, учитывающих особенности регионов.

Отделения Банка являются структурными подразделением Сбербанка России, то есть входят в единую организационную структуру Сбербанка России и являются его филиалом, осуществляющим функции Сбербанка на территории РФ.

В своей деятельности отделения руководствуются законодательством Российской Федерации, нормативными актами Центрального Банка Российской Федерации, носящими обязательный характер, Уставом Банка, а также Положением о территориальном банке (филиале) "Сбербанка России".

Отделения не являются юридическим лицом. Они вступают в хозяйственные, договорные, кредитно-расчетные отношения от имени Сбербанка России, имеют отдельный баланс, являющийся неотъемлемой частью баланса Сбербанка России. В соответствии с правилами, установленными ЦБ РФ, филиал в составе сводного баланса Сбербанка России обеспечивает:

- соблюдение экономических нормативов и показателей ликвидности;
- депонирование части привлеченных средств в фонде обязательных резервов, предусмотренных действующим в РФ законодательством о банках;
- создание внутри банковских резервов и страховых фондов.

Ответственность по обязательствам территориального банка несет Сбербанк России. Деятельность отделений строится на основе бизнес-плана в соответствии со стратегическими планами, предусмотренными Концепцией развития Сбербанка России, которая включает следующие основные пункты:

- Обеспечение качественно нового уровня обслуживания граждан и юридических лиц;
- Защита интересов клиентов банка путем размещения привлекаемых средств в наименее рискованные вложения;
- Использование современных банковских технологий;
- Последовательное наращивание капитала банка, обеспечение финансовой устойчивости, поддержание ликвидности и платежеспособности банка.

1.2 Услуги Сбербанка для физических лиц

Сбербанк предоставляет доступ к финансовым продуктам и сервисам как российским, так и зарубежным клиентам. Прежде всего это помощь в совершении любых операций, связанных с наличными и безналичными денежными средствами и ценными бумагами. Также услуги для физических лиц Сбербанка включают в себя дистанционное обслуживание, хранение и

преумножение инвестиций и страховые программы.

Основные виды услуг Сбербанка России для физических лиц:

В перечень предоставляемых банковских продуктов и розничных услуг, которые можно найти на главной странице Сбербанка входят:

- выдача потребительских и ипотечных займов;
- выпуск и обслуживание банковских карт;
- осуществление платежей и переводов;
- страхование жизни и имущества;
- открытие и обслуживание расчетных и сберегательных счетов и вкладов;
- предложения по инвестициям (ПИФы, облигации, брокерское обслуживание и др)

-передача в аренду индивидуальных сейфов.

Онлайн-услуги

Онлайн-сервисы, которые позволяют дистанционно проводить практически все основные платежи и расчетные операции:

- платформа интернет-банкинга «Сбербанк Онлайн»;
- опция «Мобильный банк»;
- приложение для телефона «Сбербанк Онлайн».

Сбербанк Онлайн

Интернет-сервис разработан для физ. лиц и позволяет своим пользователям:

- проводить переводы и зачисления;
- открывать сберегательные и текущие счета;
- анализировать доходы и расходы;
- заказывать выпуск и перевыпуск карт;
- оплачивать счета, товары и услуги;
- подавать заявки на кредиты.

С недавнего времени платформа Сбербанк Онлайн может также предлагать своим клиентам новые функции бесконтактной оплаты с помощью смартфона. После подключения карты через Сбербанк Онлайн к приложению в мобильном устройстве, можно осуществить платёж просто поднеся телефон к

терминалу.

Ещё одно нововведение онлайн-сервисов Сбербанка — появление опций портала Госуслуг в Личном кабинете Сбербанк Онлайн.

Мобильный банк

Мобильный банк — это сервис СМС-команд, с помощью которых можно, например:

- пополнять счет мобильного телефона своего или другого человека;
- получать оповещения об операциях по карте;
- переводить средства на счет или карту клиента Сбербанка или любого другого банка с соответствующей комиссией;
- блокировать «пластик» без посещения отделения банка.

Опцию можно подключить на номер телефона в любом банкомате Сбербанка. Оплата услуги зависит от выбранного тарифа и вида карты, к которой привязан сервис.

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ
ПО ПРАКТИКЕ

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ АГЕНТА БАНКА

Рассматривая профессиональные компетенции, большинство исследователей выделяют:

простые (базовые) компетенции (формируемые на основе знаний, умений, способностей, легко фиксируемые, проявляющиеся в определенных видах деятельности);

ключевые компетенции – чрезвычайно сложные для учета и измерения, проявляющиеся во всех видах деятельности, во всех отношениях личности с миром, отражающие духовный мир личности и смыслы ее деятельности.

В некоторых исследованиях также есть и другие квалификации: 1) стандартные – те, без которых невозможно нормальное функционирование личности или организации 2) ключевые – обеспечивают их конкурентоспособность на социально-экономическом рынке, выгодно отличая от аналогичных представителей, 3) ведущие – это «сотворение» будущего, проявляющееся в инновационности, креативности, динамичности и диалогичности (кооперативности, децентрации, поликультурности)[6].

Компетенция может выявить сильные стороны человека и качества, которые ему необходимо улучшить. Она определяет наилучший способ выполнения работы.

Модель компетенций дает возможность создать такой набор критериев, который непосредственно связывает широкий спектр конкретных видов деятельности с управлением персоналом.

Каждая компетенция - это набор родственных поведенческих индикаторов. Эти индикаторы объединяются в один или несколько блоков - в зависимости от смыслового объема компетенции.

Компетенции без уровней. Простая модель, то есть модель, которая охватывает виды работ с простыми стандартами поведения, может иметь один перечень индикаторов для всех компетенций. В этой модели все поведенческие индикаторы относятся ко всем видам деятельности. Например: модель, которая описывает работу только старших менеджеров компании, в разделе

«Планирование и организация» может включать следующие индикаторы поведения:

- Составляет планы, которые распределяют работу по срокам и приоритетам (от нескольких недель до трех лет).
- Составляет планы, которые точно соответствуют целям деятельности отдела.
- Координирует деятельность отдела с бизнес планом компании.

Единый перечень индикаторов поведения - это то, что и требуется, потому что все индикаторы поведения необходимы в работе всех старших менеджеров.

Компетенции по уровням. Когда модель компетенций охватывает широкий спектр работ с различной категоричностью требований, поведенческие индикаторы в рамках каждой компетенции можно свести в отдельные перечни или разделить по «уровням». Это позволяет целый ряд элементов разных компетенций сводить под один заголовок, что удобно и необходимо, когда модель компетенций должна охватывать широкий диапазон видов деятельности, работ и функциональных ролей. Некоторые компании связывают уровни напрямую с грейдами деятельности[7]. Например, в некоторых моделях все компетенции Уровня 1 относятся к конкретным служебным грейдам, а все компетенции Уровня 2 включаются в следующий блок должностей и т.д. Обычно существует определенная связь между уровнями компетенций и сложностью деятельности, но эта связь не всегда непосредственна и однозначна. Другой метод распределения компетенций по уровням - разделение по профессиональным качествам, которые необходимы работнику. Этот метод используется тогда, когда модель компетенций относится к одной ступени работы или одной роли. Например, модель может включать перечень следующих индикаторов:

- исходные компетенции - обычно это минимальный набор требований, необходимых для допуска к выполнению работы
- выдающиеся компетенции - уровень деятельности опытного сотрудника

- отрицательные компетенции - обычно это такие стандарты поведения, которые контрпродуктивны для эффективной работы на любом уровне. Этот метод используется, когда необходимо оценить различные степени компетенции группы работников.

Современные исследователи компетентностного подхода (А.К.Маркова, Л.А.Степнова, Е.В. Земцова, А.И. Субетто) выделяют следующие основные компетенции менеджеров[8]:

Ориентация на результат, достижения. Способность нести ответственность за реализацию решений, способность ставить новые амбициозные цели по достижении предыдущих. Поведение, ориентированное на задачу и на отношения.

Гибкость. Способность быстро и адекватно реагировать на внештатные ситуации, видеть и определять проблему, находить пути ее решения, собирать команду для внедрения, давать оценку результатов.

Способность к обучению, самообучению. Обучаемость, восприимчивость к новым методам и технологиям, умение применять новое на практике. Способность к самоанализу. Готовность проанализировать свои достижения и недостатки, посмотреть на привычные вещи другими глазами, разумно использовать чужой опыт.

Влияние, умение убеждать. Способность отстаивать собственное мнение. Логичность при ведении конструктивных бесед. Владение техниками влияния. Умение выявлять и использовать мотивы людей. Умение задавать правильные вопросы и определять степень информированности и эмоциональное состояние партнера.

Умение слышать других, принимать обратную связь. Умение создавать каналы двухсторонней коммуникации – абстрагироваться от своих мнений и мыслей, концентрироваться на словах собеседника. Хорошая слуховая и зрительная память. Владение разными способами обратной связи. Умение эффективно поощрять и критиковать других людей.

Навыки презентаций, переговоров. Умение определять цели и задачи презентации, интересы аудитории. Построение эффектного вступления,

связующих фраз, основной части и завершения презентации. Владение стратегиями убеждения и ораторскими навыками. Знание стадий эффективного процесса переговоров. Умение определить интересы участников, выбрать наилучшую альтернативу. Умение обсуждать, предлагать, вести позиционный торг. Владение техниками манипулирования и умение противостоять им.

Клиентоориентированность. Знание политики и стандартов в области работы с клиентами. Ориентация на текущие и перспективные потребности клиентов. Умение вести себя корректно с разными типами «трудных» клиентов. Умение строить партнерские отношения с клиентами, умение распознавать дополнительные возможности и риски в отношении с клиентами.

К компетенциям менеджера также можно отнести: аналитические способности, креативность, организаторские способности, умение работать в команде и др.

Модель компетенций далека от того, чтобы считаться истиной в последней инстанции, но она внесла элемент определенности в управление персоналом, которого во многих случаях не хватало. Модели компетенций могут быть и всего лишь проходящим увлечением. Такое отношение к модели компетенций складывается, если нет ответов на ключевые вопросы: зачем нужна модель компетенций, как эта модель будет использоваться, что компетенции могут дать и чего они дать не могут, что пользователи модели ожидают от компетенций.

Модель компетенций может предоставить набор критериев при сборе информации и помочь в создании инструментов и методов сбора. Компетенции могут предложить эталоны сравнения фактического исполнения работы с ожидаемым. Компетенции могут дать информацию об алгоритмах и правилах принятия решений - при установлении рейтингов исполнения и при определении денежного вознаграждения работников.

4. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ БАНКА

Под регулированием банковской деятельности понимают, прежде всего, создание соответствующей правовой базы. Во-первых, это разработка и принятие законов, регламентирующих деятельность банков. Во-вторых, это принятие соответствующими учреждениями, уполномоченными государством, положений, регламентирующих функционирование банков, в виде нормативных актов, инструкций. Они основаны на действующем законодательстве и конкретизируют, разъясняют основные положения законов.

Федеральным законом, регулирующим гражданско-правовые отношения в банковской сфере, является *Гражданский кодекс РФ*. Общие положения, регулирующие способы обеспечения кредитных обязательств, принципы построения договорных отношений и т.д., сформулированы в части первой ГК РФ. Кроме этого, кредитные отношения регулируются частью второй ГК РФ. Нормы гл. 42 ГК РФ устанавливают понятие кредитного договора, условия его заключения, а также взаимоотношения сторон, возникающие при предоставлении кредита.

В своей деятельности агент банка опирается на Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности». Предметом его правового регулирования являются общие положения и требования к порядку осуществления банковских операций и сделок, осуществления защиты интересов клиентов кредитных организаций, обслуживания клиентов.

К нормативным правовым актам, устанавливающим различные способы обеспечения кредитных обязательств, следует отнести Федеральные законы от 16 июля 1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (в части государственного регулирования, процедуры и регистрации ипотеки как способа обеспечения кредитного обязательства).

Финансовые аспекты банковской деятельности регулируют Федеральные законы от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» (устанавливает правовые, финансовые и организационные основы функционирования системы обязательного

страхования вкладов физических лиц в банках РФ, компетенцию, порядок образования и деятельности организации, осуществляющей функции по обязательному страхованию вкладов, а также порядок выплаты возмещения по вкладам), от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» (в части предоставления кредитов в иностранной валюте и кредитных взаимоотношений между резидентами РФ и нерезидентами).

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ ПО ПРАКТИКЕ

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ В БАНКЕ

Отличительной чертой ценообразования в банковской сфере это отсутствие определенной зависимости между потребительной стоимостью и ее ценой. В этих условиях банк имеет возможность маневрировать ценами в пределах достаточно расширяемых границ, проводя различную ценовую политику для разных клиентов, используя цены как важное средство привлечения клиентов и продвижения услуг. Ценообразование — один из важнейших аспектов маркетинговой деятельности банка, рычаг контроля, позволяющий наращивать объем прибыли банка. Все банки стремятся максимизировать прибыль, но те, которые предоставляют эксклюзивные услуги или имеют достаточно высокий спрос на свои услуги, имеют преимущества. В то время как рыночные силы играют важную роль в определении баланса между риском и прибылью, другие факторы, такие как репутация банка, отношения с клиентами и способность предоставлять отличные услуги, также могут распределять платежи за услуги. [2] В зависимости от обстоятельств банки используют следующие методы ценообразования, которые можно разделить на три основные группы, в зависимости от того, какие факторы банк в большей степени учитывает при установлении цены: 1) затратные методы; 2) рыночные методы; 3) параметрические методы. Затратный метод оценки состоит в расчете продажной цены банковского продукта путем добавления к его производственным затратам (процентным, предельным, переменным или общим) определенной суммы, называемой маржей. Чаще всего расчеты ведутся на основе процентных затрат, что связано со сложностью определения предельных, переменных и полных затрат для банка. Банк может использовать всю или часть ресурсной базы в качестве основы для расчета процентных затрат. Важно определить стоимость банковских услуг или себестоимость. Если такой возможности нет, то стоимость определяется по группе основных видов банковских операций. В экономической литературе стоимость банковских услуг часто называют внутренней стоимостью банковских операций, что с некоторой долей условности можно рассматривать как аналог стоимости, что связано со

спецификой формирования этого показателя. В себестоимость продуктов включает стоимость сырья и материалов. В банковской сфере затраты на материалы — это заемные средства. Но банк учитывает только собственные затраты на привлечение средств — проценты по вкладам, обязательства банка, используемые для кредитных целей. Это связано с тем, что коммерческие банки передают средства клиентам не в собственность, а во временное пользование (то есть банк выдает деньги в кредит, а сумма кредита с процентами возвращается в банк). Все прочие материальные ресурсы, кроме денежных средств, полностью включаются в внутреннюю стоимость банковского продукта.

Итак, цена на банковский продукт — количественное выражение стоимости продукта (затраты плюс прибыль), выступающая как результат соглашения покупателя и банка исходя из спроса и предложения его на рынке.

Ценообразование на банковские продукты — важнейший элемент создания конкурентных условий для привлечения клиентов на обслуживание. При проведении ценового маркетинга нового продукта учитывается действие многочисленных факторов, влияющих на уровень процентных ставок, тарифов, размера комиссий и т. д.

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

4. АНАЛИЗ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В БАНКЕ ПАО «СБЕРБАНК»

ПАО «Сбербанк России» обладает самым большим объемом потребителей на рынке банковских услуг. По данным финансового портала banki.ru Сбербанк является победителем в рейтинге "Самый "Клиентоориентированный" банк". На рынке частных вкладов Сбербанк России является монополистом, контролируя 45% рынка (основная масса депозитов физических лиц приходится на так называемые пенсионные вклады в рублях).

Он является современным универсальным банком, удовлетворяющим потребности различных групп клиентов в широком спектре банковских услуг, а так же придерживается модели построения бизнеса центральная фигура которой – клиент. Каждый год ПАО «Сбербанк России» активно реализует различные программы повышения клиентоориентированного обслуживания, что в свою очередь позволяет ему непрерывно расширять объемы своей клиентской базы.

Услуги для клиентов малого и микробизнеса дополнены новым комплексным пакетом, включающим в себя услуги юриста, бухгалтера бизнес-ассистента, а также безлимитное расчетно-кассовое обслуживание, включающее платежи и прием наличных денежных средств на счет, ведение счета.

Отметим, что банк активно взаимодействует с клиентами разного масштаба и форм собственности. Так с 2014 г. выделено отдельное направление в работе с региональным госсектором, а в 2015г. специально разработана целевая бизнес-модель блока CIB (крупнейшие холдинги). В данной модели критерии отнесения клиентов к сегментам изменились, например, критерий годовой выручки холдинга повысился с 15 до 30 млрд. руб., что привело к переходу части клиентов блока CIB к блоку корпоративный бизнес. С каждым годом банк внедряет новые технологичные сервисы с целью повышения эффективности и привлекательности банковских услуг и продуктов, тем самым расширяя клиентскую базу.

5 . АНАЛИЗ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ В БАНКЕ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НОРМ И ПРАВИЛ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В БАНКЕ

В ПАО «Сбербанк» действует современная эффективная система за соблюдением норм и правил обслуживания клиентов в банке.

Система контроля призвана обеспечить решение следующих задач:

- 1) обеспечение высокого качества клиентского сервиса;
- 2) обеспечение эффективного удовлетворения потребностей клиента;
- 3) обеспечение безопасности продуктов и услуг;
- 4) создание единого нормативного и методологического обеспечения деятельности по управлению, обеспечению и контролю за соблюдением норм и правил обслуживания клиентов
- 5) разработку требований к подготовке и повышению квалификации работников Банка в области обеспечения и контроля качества;
- 6) формирование комплексных компетенций в сфере управления качеством;
- 8) внедрение эффективных технологий, методологий и программных комплексов, необходимых для измерения удовлетворения потребностей клиента и качества продуктов и услуг;
- 9) обеспечение достоверности информации по вопросам качества продуктов и услуг и удовлетворения потребностей клиента.

Сотрудники ПАО «Сбербанк» проводят опрос в два этапа в офисе банка при личном обращении и с помощью онлайн опроса.

Анкета состоит из трех вопросов на первом этапе: оцените, пожалуйста, насколько вы в целом остались довольны обслуживанием в отделении? оцените, пожалуйста, насколько вы в целом остались довольны сотрудником, которые с вами взаимодействовали? уточните, пожалуйста, был ли решен ваш вопрос в офисе банка? После каждого вопроса просят поставить оценку от 1 до 5.

На втором этапе уточняется по каким направлениям банковских услуг клиент хотел бы получить дополнительную индивидуальную консультацию.

Для оценки качества обслуживания клиентов используется анкета по методике SERVQUAL:

Надежность

Точно ли в срок банк оказал вам услугу?

Исполняет ли банк поручения по первому требованию?

Отзывчивость

Как долго вы ждали, пока к вам подойдет сотрудник банка?

Персонал сразу был готов помочь вам?

Убедительность

Сотрудник банка внушал вам доверие?

Сотрудник банка был компетентен по вашему вопросу?

Сочувствие

Уделяет ли персонал индивидуальное внимание каждому клиенту?

Всегда ли интересы клиентов на первом месте?

Осязаемость

В банке приветливый персонал?

Разнообразны ли услуги банка?

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ
ПО ПРАКТИКЕ
ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Производственная практика по ПМ.03 Выполнение работ по профессии 20002 «Агент банка» проходила в ПАО «Сбербанк». Банк имеет дивизиональную структуру построения организации.

Профессиональные компетенции агента банка ПАО «Сбербанк»: нацеленность на результат; построение взаимоотношений; ориентация на клиента; убедительная коммуникация; работа в команде; решение проблем; ориентация на качество; стремление к профессиональному росту; корпоративность.

Своим клиентам ПАО «Сбербанк» предлагает комплекс услуг:

- предприятиям – кредитные продукты, систему «Электронный клиент», РКО, корпоративные и таможенные карты, зарплатные проекты, размещение денег;

- физическим лицам – пластиковые карты, интернет-сервис, денежные переводы, СМС-информирование, вклады, РКО, электронный кошелек, кредитные продукты, аренду ячеек;

- банкам – открытие счетов и РКО, карточные программы, систему переводов;

- торгово-сервисным компаниям – систему приема платежей, торговый эквайринг, карточные программы по зарплате, РКО, корпоративные карты.

В ПАО «Сбербанк» реализован клиентоцентричный подход, он охватывает всех новых клиентов в дистанционных каналах обслуживания. Для коммуникации с клиентами используются все доступные каналы: помимо традиционных электронных писем, СМС, звонков, реализованы push-уведомления в «Бизнес-портале», smart IVR, InforCRM, stories в мобильном банке. Внутренним клиентам доступны онлайн-инструменты для быстрой аналитики.