Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/44146

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Предпринимательство

-

финансовых услуг. Руководители организаций, IT и бизнес-подразделений, ответственные за развитие услуг и за работу с клиентами, руководители продуктовых и бизнес подразделений. География – представители банков и сотовых операторов из Москвы, Санкт-Петербурга и других городов России, а также из стран ближнего и дальнего зарубежья. Планируемая численность посетителей – 200-300 делегатов. 90% аудитории – представители банков. Более 30% – руководители старшего и высшего звена.
Конференция еще раз показала высокую востребованность мобильных технологий в организации комфортного взаимодействия с потребителями финансовых услуг. Для большинства банков и финкомпаний, работающих с физлицами, малым и средним бизнесом, мобильный канал обслуживания становиться одним из самых важных. Росту потребностей банков и их клиентов отвечают новые разработки, которые были представлены на мероприятии. Компания BSS продемонстрировала актуальные решения, позволяющие получать преимущества в конкурентной борьбе не только сегодня, но и в будущем. Центральное место на выставке и в сообщениях спикеров было отведено «мобилизации» корпоративных клиентов благодаря BSS Business для смартфонов и автоматизации взаимодействия клиентов с банком с помощью чат-ботов. Finastra, крупнейшая финтех-компания Европы, образованная в 2017 году слиянием компаний Misys и D+H, представила на MobiFinance-2018 аналитический доклад «Цифровой банкинг – пять простых способов сделать вашего клиента счастливым», основанный на международных исследованиях Finastra и ее партнеров, а также впервые на рынке России и СНГ презентовала цифровую платформу Fusion Digital, с демо-версией которой участники конференции могли подробнее ознакомиться на стенде Finastra. Компания BIFIT представила на MobiFinance-2018 свои ФинТех-новинки: бесплатный сервис «Весточка» для отправки PUSH-сообщений клиентам банков, бесплатное приложение для анализа и оценки контрагентов «Индикатор», а также рассказала о новой функциональности своего Мобильного банка для Бизнеса и Жизни. Провайдер онлайн-банкинга Faktura.ru решил проверить на реальных цифрах концепцию Mobile First, поделившись интересной статистикой использования мобильных решений Faktura.ru, а также ознакомив аудиторию с планами развития, сформированными с учётом этой статистики. В рамках конференции прошли две панельные дискуссии, на которых обсудили важные вопросы развития рынка мобильных финансовых услуг в России. Большой интерес участников вызвала дискуссия, которая открывала работу конференции, «Основные тренды развития мобильных финансовых услуг в России в 2018 году» с участием представителей Банка России, Ассоциации российских банков, Сбербанка, Ассоциации «Финансовые инновации», Ростелекома, Компании BSS. На дискуссии обсуждались ближайшие перспективы развития мобильных и других «прорывных» технологий и их влияние на доступность и качество финансовых сервисов, предлагаемых клиентам в дистанционных каналах обслуживания. Особое внимание было уделено началу массового использования в России в 2018 году Единой биометрической системы (ЕБС) и удаленной идентификации с помощью ЕСИА, а также их влияния на развитие рынка мобильных финансовых услуг. Завершила работу Конференции дискуссия «Технологии Must Have для Mobile First! Или что нужно, чтобы ваши мобильные сервисы были современными», на которой представители Альфа-Банка, BIFIT, BSS, Faktura.ru, Finastra, SafeTech, рассказали аудитории о том, на что в первую очередь нужно обращать внимание при разработке приложений для мобильного банкинга, чтобы они становились незаменимыми инструментами эффективного взаимодействия банков с клиентами и существенно повышали качество обслуживания. Главное, что хотелось бы отметить, подводя первые итоги конференции «МОБИЛЬНЫЕ ФИНАНСЫ 2018» (MobiFinance-2018), это то, что за последний год мобильный канал действительно стал доминирующим в работе с клиентами у многих банков, активно работающих с розницей. При этом потенциал мобильных финансов далеко не исчерпан, а конкурентные преимущества, которые дает грамотное использование мобильных технологий, еще долго будут привлекательными для банков и финансовых компаний.
Анализируя проведение конференции «Мобильные финансы 2018» можно сделать следующие выводы.
В процессе организации конференции необходимо выпустить сборник по материалам конференции. Все

материалы конференции были размещены на сайте, но сборник не был выпущен.
Материалы научной конференции – это тоже сборник, однако он имеет некоторые отличия от сборника научных трудов.
Первое отличие проявляется в характере входящих в него работ, среди которых публикуются не только объёмные статьи, но и тезисы докладов и выступлений.
Основное содержание исследовательских материалов на конференции может быть раскрыто в устном выступлении автора. В этом случае в сборнике конференции публикуется тезисное изложение доклада. Тезисы кратко раскрывают содержание устного выступления, в них сформулированы лишь основные положения.
Второе отличие связано с особенностями подготовки издания.
Сборники материалов нужны участникам научной конференции, в том числе и для того, чтобы в ходе этого мероприятия ознакомиться с тематикой и содержанием исследований коллег, возможно, обсудить их в неформальной беседе, установить личные связи с учёными из других научных организаций.
Поэтому организаторы стараются выпустить сборник материалов к началу конференции, т.е. такие издания ограничены сроками проведения конференций, и отбор материалов для обычно них не столь тщателен.
Сборники научных трудов и материалы научных конференций в России традиционно относят к непериодическим изданиям (в отличие от научных журналов). Однако по международным издательским стандартам существует такое понятие как сериальное (продолжающееся) издание.
К сериальным, наряду с периодическими изданиями, относятся и регулярно выпускаемые сборники. Например, если научная или образовательная организация ежеквартально проводит конференций по актуальным проблемам образования, то сборники этих конференций могут быть отнесены к продолжающимся изданиям. Так, в Научной электронной библиотеке (НЭБ) eLibrary.ru сборники конференций НИЦ «Социосфера» находятся в рубрике «Журналы».
Также можно привлечь большее число участников. Для этого можно использовать следующие способы.
1) Email рассылка по университетам
Рассылка приглашений на конференцию по электронной почте является самым простым вариантом продвижения. Email письмо должно содержать в себе тему конференции, Положение и Регламент, а также шаблон заявки на участие.
2) Платная реклама в Интернете
Подача платной рекламы в интернете эффективна при наборе слушателей на крупные конференции мирового уровня. Главный плюс платных объявлений – они выделяются маркерами в строке поиска и хорошо заметны пользователям интернета. Для размещения платной рекламы используется Яндекс.Директ, Google Adwords, Target Mail, контекстная реклама.
3) Группа ВКонтакте и Facebook
В эпоху интернета все студенты пользуются социальными сетями, самыми популярными из которых являются Facebook и ВКонтакте. Продвижение конференции будет эффективным в том случае, если создать группу и целенаправленно приглашать в нее студентов крупных российских вузов.
4) Размещение информации в онлайн-каталогах

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/44146