**Особенности развития политики по связям с общественностью в современном мире в части раскрытия существенной информации**

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Глава 1. Теоретические основы развития политики по связям с общественностью в современном мире на примере АО «»

1.1. Сущность развития информационной политики

1.2. Модель политики раскрытия информации и прозрачности Компании

1.3. Зарубежный опыт и примеры соблюдения регуляторных требований Великобритании

Глава 2. Анализ проблем раскрытия информации в АО

2.1. Анализ проблем раскрытия информации

2.2. Контент-анализ текущей информационно-имиджевой деятельности Компании

2.3. Анализ ожиданий различных целевых аудиторий

Глава 3. Пути развития информационной политики

3.1. Разработка правил раскрытия информации

3.2. Пути повышения ответственности за соблюдением регуляторных требований

Заключение

Список использованных источников

Приложения

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Положения, представленные в публикации и выносимые на защиту:

- предлагается активно использовать информационные технологии в качестве канала обратной связи между работниками и Центральным офисом. Нужно сделать блог первого руководителя, своевременно обрабатывая поступающие запросы, жалобы и т.д. Аналогичную практику необходимо ввести в каждом предприятии. Сейчас блоги руководителей ДЗО существуют лишь формально, практически не обновляются, либо ориентированы на внешнего потребителя, содержат коммерческую информацию;

- вместо изживших себя «ящиков доверия» можно создать официальную электронную почту (либо SMS-центр), куда каждый работник сможет направить свою жалобу, написать анонимное письмо и т.п. Стратегия внешних коммуникаций РД «» должна быть направлена, во-первых, на коррекцию существующих негативных стереотипов восприятия Компании общественностью, во-вторых, на выработку более четкого позиционирования в общественном мнении;

- программа внешней коммуникаций должна быть структурирована по следующим направлениям: формирование имиджа социально ответственной Компании, работа с экспертным мнением, пропаганда позитивных достижений Компании, реагирование на информационные угрозы;

- формирование имиджа социально ответственной Компании. Реализация социальных проектов в Компании в настоящее время осуществляется без заранее подготовленной программы, руководствуясь только конъюнктурными соображениями, в то время как формирование и закрепление имиджа социально- ответственной Компании требует тщательно продуманной социальной политики, основанной на учете интересов различных сторон – собственных, общественных и государственных;

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1.Дочерние организации АО НК «КазМунайГаз»// <http://www.kmg.kz/group_companies/subsidiary/>

2.Политика раскрытия информации РД КМГ // <http://www.kmgep.kz/uploads/files/Information_Disclosure_Policy_rus.pdf>

3.Устав АО «РД «КМГ» // http://www.kmgep.kz/uploads/files/The\_Charter\_rus.pdf

4. Закон Республики Казахстан «Об акционерных обществах» // adilet.zan.kz

5. Электронные закупки АО «РД «КМГ» // <http://zakup.kmgep.kz/cost/rid-683>

6. **Политика инициативного информирования //** <http://www.kmgep.kz/rus/the_company/corporate_governance/corporate_documents_and_busine/>

**7. Политика по противодействия коррупции //** <http://www.kmgep.kz/rus/the_company/corporate_governance/corporate_documents_and_busine/>

**8. Типовой договор АО «РД «КМГ» //** <https://tender.sk.kz/OA_HTML/OA.jsp?page=/oracle/apps/pon/util/webui/ponNotifLinkRedirectPG&akRegionApplicationId=396&OAHP=PON_SRC_SUPPLIER_USER_HOME&OASF=PON_SOURCING_SUPPLIER&destFunc=PON_NEG_SUMMARY&notificationId=452153&language_code=RU&transactionid=44499625&oapc=2&oas=MzsQRoVw3UU95_3vvjbpOQ>**..**

9. Закон Великобритании о борьбе со взяточничеством, распространение его действия на зарубежные(в том числе казахстанские) компании, 2013 // Научный экономический журнал «Этап: экономическая теория, анализ, практика»

10. Ритасов В. Самый громкий скандал XXI века Дело «Энрон», 2004 // <http://www.dengi-info.com/archive/article.php?aid=712>

11. Головин С. Скандал в компании «Дисней», 2004// <http://www.russianspain.com/news/article1205.html>

12. Снайдер А. «Индийский Enron» шокирует инвесторов своими действиями, 2009//[http://www.ir-russia.ru/archive/issue2009-2(7)Mar-Apr/Scandal.htm](http://www.ir-russia.ru/archive/issue2009-2%287%29Mar-Apr/Scandal.htm)

13. Львов С. Американская компания Baker Hughes, предоставляющая услуги в нефтегазовой промышленности, сообщила, что ее подразделение признало себя виновным в выплате взяток казахстанским чиновникам, 2014//<http://www.nomad.su/?a=11-200705020215>

14.Илеуова Г., Симакова О., Бейсембаев С. Рекомендации по совершенствованию массовых коммуникаций и коррекции проблемных зон публичного позиционирования АО РД «КМГ». – А.: ОФ Стратегия, 2013. -16 с.

15.Персональный контент-анализ АО «РД «КМГ» за период с 1 сентября по 30 сентября 2014 года. – А.: Медиа Систем, 2014.

16. Оценка эффективности публичного позиционирования АО РД «Казмунайгаз». – А.: Стратегия, 2013.

17. Персональный контент-анализ АО «РД «КМГ» за период с 1 января по 30 сентября 2014 года. – А.: Медиа Систем, 2014.

18.Результаты социального опроса и репутационного аудита. – А.: Стратегия, 2014.

19.Особенности и основные направления PR-работы РД КМГ в 2013 г. и первом полугодии 2014 г. – А.: Стратегия, 2014.

20. Примеры позиционирования. Минусы, 2014 / Материал АО «РД «КМГ»