

Правила внутренних коммуникаций

Содержание

1. Общие положения
2. Основные понятия и определения
3. Внутрикorporативная информационная политика
 - 3.1. Основные задачи внутренних коммуникаций
 - 3.2. Основные принципы внутрикorporативной информационной политики
 - 3.3. Основные темы корпоративных коммуникаций
 - 3.4. Участники коммуникационного процесса: целевые аудитории и источники информации
4. Управление внутренними коммуникациями
 - 4.1. Правила предоставления корпоративной информации
 - 4.2. Информационные поводы
 - 4.3. Основные информационные ресурсы (каналы и инструменты)
 - 4.4. Порядок использования внутренних коммуникационных каналов
 - 4.5. Правила ведения деловой переписки между сотрудниками и с внешними контрагентами
 - 4.6. Правила ведения электронной переписки
 - 4.7. Порядок использования конфиденциальной и инсайдерской информации
5. Оценка информационной деятельности и повышение эффективности коммуникаций
6. Контроль и ответственность за исполнение настоящих Правил

1. Общие положения

1.1. Настоящие Правила внутренних коммуникаций (далее – Правила) разработаны на основе Федерального закона «Об акционерных обществах», Устава ОАО «Альфа» и иных внутренних документов ОАО «Альфа» (далее – Компания).

1.2. Компания придерживается информационной политики, которая обеспечивает своевременное и полное раскрытие всей существенной информации о финансово-хозяйственной деятельности Компании, что позволяет всем заинтересованным лицам оценивать деятельность Компании и принимать взвешенные решения.

В основе информационной политики Компании лежат следующие основные принципы:

- регулярность и оперативность предоставления информации;
- объективность, полнота, достоверность и непротиворечивость предоставляемой информации;
- равенство прав всех заинтересованных лиц на получение информации, с учетом норм и требований, установленных действующим законодательством;
- соблюдение разумного баланса между открытостью информации и соблюдением коммерческих интересов Компании;
- соблюдение режима конфиденциальности в отношении информации, составляющей служебную или коммерческую тайну.

1.3. Основными задачами настоящих Правил являются:

- определение общих принципов внутренней информационной политики Компании;
- установление принципов раскрытия объективной, достоверной и непротиворечивой информации о Компании в определенном объеме и в требуемые сроки в соответствии с действующим законодательством, нормами и требованиями (далее – обязательное раскрытие информации);
- установление принципов раскрытия дополнительной информации, способствующей росту инвестиционной привлекательности Компании за счет повышения информационной открытости и прозрачности Компании (далее – дополнительное раскрытие информации).

1.4. Правила являются регламентирующим документом, в котором закрепляются приоритеты и стандарты внутренней информационной деятельности Компании по отношению к ее целевым аудиториям, определяются перечень раскрываемой информации, каналы и сроки ее распространения.

1.5. Правила охватывают такие вопросы, как цели и принципы информационной политики Компании, взаимодействие с целевыми аудиториями, управление коммуникациями, правила предоставления информации.

Правила определяют перечень:

- общедоступных документов и информации, подлежащих раскрытию всем заинтересованным лицам вне зависимости от цели их получения;
- документов, информации (материалов), подлежащих предоставлению участникам и их представителям;
- способы и сроки их раскрытия и предоставления.

2. Основные понятия и определения

2.1. Основные понятия, используемые в данных Правилах (по алфавиту).

Банковская тайна – сведения о банковских счетах и банковских вкладах клиентов Компании, об операциях по счетам, сведения о клиентах. Сведения, составляющие банковскую тайну, могут быть предоставлены только самим клиентам или их уполномоченным представителям. Государственным органам и их должностным лицам такие сведения могут быть предоставлены исключительно в случаях и в порядке, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации.

Государственная тайна – защищаемые государством в соответствии с Федеральным Законом «О государственной тайне» сведения в области его экономической деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации.

Документированная информация (документ) – зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать.

Инсайдерская информация – любая информация о деятельности Компании, не известная третьим лицам, раскрытие которой может оказать существенное влияние на результат работы Компании.

Интранет – внутренняя, замкнутая компьютерная сеть Компании, не имеющая выхода в общественную сеть Интернет.

Информационная политика – приоритеты и стандарты в информационной деятельности Компании по отношению к ее целевым аудиториям.

Коммерческая тайна – информация, определяемая, толкуемая и защищаемая согласно Федеральному Закону «О коммерческой тайне», которая непосредственно связана с деятельностью Компании, с перспективными планами ее развития, разглашение которой может привести к осложнению при заключении определенных сделок либо к невозможности их заключения и может нанести тем самым материальный (включая упущенную выгоду), моральный либо иной ущерб.

Корпоративные коммуникации – информирование Компанией о своей деятельности целевых аудиторий.

Конфиденциальная информация – документированная информация, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством Российской Федерации и не являющаяся предметом распространения.

Корпоративная информация – информация о деятельности Компании, предназначенная для распространения среди целевых аудиторий.

Раскрытие информации – предоставление информации о деятельности Компании целевым аудиториям с периодичностью, в соответствии с потребностями заинтересованных в этой информации лиц и с учетом лучшей практики корпоративного управления в области раскрытия информации.

Целевые аудитории – общественные группы внутри и вне Компании, с которыми она соприкасается в осуществлении своей деятельности.

3. Внутрикorporативная информационная политика

3.1. Основные задачи внутренних коммуникаций.

3.1.1. Информационная политика Компании нацелена на обеспечение поддержки деятельности и стратегического развития Компании со стороны его целевых аудиторий.

3.1.2. В реализации информационной политики Компания исходит из того, что любая информация о Компании, распространяемая среди целевых аудиторий, может способствовать повышению ее привлекательности или, напротив, мешать ее успешному функционированию.

3.1.3. Руководство Компании следит за тем, чтобы персонал был хорошо информирован о ее деятельности, своевременно получал как внутреннюю корпоративную, так и публичную информацию, постоянно повышал свой уровень знаний о Компании и рынке.

3.1.4. Руководство Компании осознает свою высокую социальную ответственность и поддерживает постоянный открытый диалог с целевыми аудиториями, укрепляет корпоративную репутацию, развивает информационный потенциал Компании.

3.1.5. Компания повсеместно позиционируется как законопослушная, открытая, справедливая, уважающая права человека и общества в целом, признающая принципы устойчивого развития.

3.2. Основные принципы внутрикorporативной информационной политики.

3.2.1. В реализации своей информационной политики Компания соблюдает следующие принципы.

Сбалансированность предоставления информации. Компания исходит из разумного баланса открытости и прозрачности, с одной стороны, и соблюдения ее коммерческих интересов – с другой.

Соблюдение режима конфиденциальности. Компания не распространяет информацию, составляющую служебную или коммерческую тайну.

Регулярность предоставления информации. Компания на регулярной основе предоставляет сотрудникам информацию о своей деятельности.

Оперативность предоставления информации. Компания стремится предоставлять информацию о наиболее существенных событиях в максимально короткие сроки, а также оперативно реагирует на поступающие запросы целевых аудиторий.

Доступность информации. Компания обеспечивает свободный доступ к открытой информации о своей деятельности, используя имеющиеся в ее распоряжении каналы коммуникации.

Достоверность информации. Компания предоставляет сотрудникам соответствующую действительности и непротиворечивую информацию, а также следит за тем, чтобы распространяемая о ней информация не была искажена или не являлась ошибочной.

Полнота предоставляемой информации. Компания стремится к формированию у сотрудников наиболее полного представления по интересующему их вопросу.

Равноправие заинтересованных лиц. Компания обеспечивает равные права и возможности в получении и доступе к информации для всех сотрудников с учетом норм, установленных действующим законодательством и настоящими Правилами.

3.3. Основные темы корпоративных коммуникаций.

3.3.1. Бизнес-коммуникации.

Бизнес-коммуникации являются основными в информационном обмене, они обеспечивают единое понимание целей, задач и процессов:

- изменения в компании: структурные, слияния / поглощения / ликвидация/ перераспределение ролей корпоративного центра и его подразделений;
- стратегические решения;
- создание новых рынков и продуктов;
- открытие новых проектов либо реализация текущих проектов;
- операционная деятельность подразделений, результаты которой важны для всех сотрудников.

3.3.2 Социальные коммуникации.

Цель социальных коммуникаций – регулирование процессов, связанных с развитием корпоративной культуры, управлением эмоциональным фоном компании:

- социальная ответственность бизнеса и сотрудников перед обществом;
- социальные программы и программы развития сотрудников;
- ценности, традиции и принципы взаимодействия компании и сотрудников;
- социальные связи внутри компании.

3.4. Участники коммуникационного процесса: целевые аудитории и источники информации.

3.4.1. К категории целевых аудиторий Компании, к кому непосредственно направлены коммуникации, относятся:

- топ-менеджмент;
- средний менеджмент;
- линейные руководители;
- ключевые сотрудники;
- сотрудники бизнес-подразделений;
- сотрудники подразделений контроля;
- сотрудники подразделений поддержки;
- все сотрудники.

3.4.2. К категории источников информации, кто передает информацию целевым аудиториям, относятся:

- правление Компании;
- управление общественных связей;
- управление по работе с персоналом;
- топ-менеджмент;
- средний менеджмент;
- линейные руководители;
- специалисты по внутренним коммуникациям.

4. Управление внутренними коммуникациями

4.1. Управление корпоративной информацией – часть управления Компанией, которое обеспечивает управление общественных связей (далее УОС) и управление по работе с персоналом (далее УРП), отвечающие за корпоративные коммуникации.

УОС осуществляет все виды корпоративных бизнес-коммуникаций, описанных в пункте 3.3.1., а также за коммуникации на тему «Социальная ответственность бизнеса перед обществом» (см. п. 3.3.2.).

УРП осуществляет все виды социальных коммуникаций, описанных в пункте 3.3.2. (за исключением темы «Социальная ответственность бизнеса перед обществом»).

4.2. С учетом специфики связей с топ-менеджментом непосредственную работу по информированию данной целевой аудитории осуществляет правление Компании.

4.3. В целях обеспечения всем заинтересованным лицам равных возможностей для получения информации правление Компании, УОС и УРП координируют свою деятельность.

4.4. Правление Компании, руководители УОС и УРП могут принимать участие в собраниях акционеров, заседаниях совета директоров, других встречах, где обсуждаются вопросы стратегии развития Компании, крупные корпоративные программы.

Они обеспечивают освещение этих мероприятий среди целевых аудиторий Компании в соответствии с принципами информационной политики.

4.5. Члены правления Компании, руководители УОС и УРП отвечают за функционирование информационной системы Компании в условиях кризисных ситуаций.

4.1. Правила предоставления корпоративной информации.

4.1.1. УОС отвечает за единство содержания корпоративной информации и рекламы, согласуя тексты информационно-рекламных материалов, участвует в разработке крупных рекламных акций.

УОС несет ответственность за систематизацию и распространение внутренней корпоративной и публичной информации среди всех целевых аудиторий Компании.

Распространение информации происходит с санкции председателя правления Компании, его заместителя.

4.1.2. Персонал Компании не имеет права распространять корпоративную информацию с целью ее публикации, заблаговременно не поставив в известность председателя правления Компании, его заместителя.

В случае получения внешнего запроса о предоставлении корпоративной информации работник Компании должен проинформировать о получении такого запроса своего руководителя, который может переадресовать такой запрос руководителю УОС или правлению Компании.

Данное правило не распространяется на письменные публичные информационные материалы с пометкой «Для распространения».

Оно также не затрагивает рабочий обмен информацией между работниками при осуществлении ими своих функций в соответствии с должностными обязанностями.

4.1.3. Каждый случай несанкционированного распространения корпоративной информации с целью ее публикации является основанием для проведения внутреннего служебного расследования.

Положение данного пункта не распространяется на председателя совета директоров и председателя правления Компании.

4.1.4. Руководство Компании обеспечивает доступность и равномерность распространяемой корпоративной информации, не допускает информационных диспропорций.

Руководители структурных подразделений Компании распространяют корпоративную информацию для публикации по согласованию с председателем правления Компании, его заместителем.

4.1.5. Внутренние корпоративные носители информации, включая информационные табло, доски объявлений, стенды, интранет, а также точки распространения информационных печатных материалов могут использоваться только для официальной корпоративной информации, а также административной информации.

Не допускается распространение работниками информации, наносящей ущерб Компании, содержащей призывы к деструктивным действиям, невыполнению решений и указаний исполнительных органов Компании.

4.1.6. Для регулярного информирования подчиненных:

- руководители подразделений проводят еженедельные оперативные совещания с участием всех начальников отделов подразделения,

- начальники отделов проводят еженедельные планерки своих отделов.

4.1.7. Руководители подразделений назначают сотрудников, ответственных за развитие информационной политики внутри подразделения.

4.2. Информационные поводы.

4.2.1. Поводом для освещения являются следующие события:

- значимые контракты, заключенные Компанией;
- стратегические инициативы руководства;
- решения правления Компании, не являющиеся конфиденциальными;
- решения совета директоров Компании, не являющиеся конфиденциальными;
- изменения в руководстве Компании;
- изменения в организационной структуре Компании;
- начало, развитие и завершение крупных проектов Компании;
- готовность годовой, ежеквартальной финансовой отчетности, а также операционные результаты Компании;
- кризисные ситуации в Компании;
- значимые даты, юбилеи, праздники;
- и другие факты, которые могут повлиять на уровень деловой репутации и корпоративного имиджа Компании.

4.3. Основные информационные ресурсы (каналы и инструменты).

4.3.1. **Личное общение.** Основным каналом коммуникаций является личное общение. Для этого в Компании используются:

- информационные встречи;
- конференции;
- круглые столы;
- корпоративные сессии;
- совещания;
- селекторные совещания;
- видеоконференции;
- планерки;
- рабочие группы;
- приемные часы руководителей.

Дополнительные инструменты: адаптационные курсы, тренинги, обучающие программы.

4.3.2. **Электронные носители.** Основные каналы электронных коммуникаций в Компании:

- корпоративный портал;
- электронная почта.

Дополнительные инструменты: электронные презентации, корпоративные фильмы, видеоматериалы.
Для получения обратной связи используются: форум на портале, опросы на портале, электронная почта.

4.3.3. Печатные и визуальные носители. Компания использует:

- информационные стенды;
- корпоративные издания;
- брошюры.

Дополнительные инструменты: внутренняя имиджевая реклама, знаки корпоративной принадлежности (сувенирная продукция, корпоративная атрибутика).

Для получения обратной связи используются: анкеты, ящики обратной связи, опросы на портале, электронная почта.

4.3.4. Корпоративные мероприятия. Для развития внутренних коммуникаций и корпоративной культуры в Компании регулярно проводятся корпоративные мероприятия:

- корпоративные праздники;
- спортивные мероприятия;
- конкурсы;
- акции.

Дополнительные инструменты: знаки корпоративной принадлежности.

Для получения обратной связи о планируемых или проведенных мероприятиях используются: форум на портале, опросы на портале, анкеты.

4.4. Порядок использования внутренних коммуникационных каналов.

4.4.1. Корпоративный портал.

Внутренний корпоративный портал Компании является основным информационным ресурсом для сотрудников компании.

За техническую поддержку портала отвечает управление информационных технологий.

За информационное наполнение портала отвечает управление по работе с персоналом.

4.4.2. Правила использования форума.

- Правила форума, указанные ниже, обязательны для выполнения всеми участниками форума без исключений.
- Правила отдельных форумов являются дополнениями к общим правилам форума.
- Администрация оставляет за собой право изменять правила без уведомления.
- Дополнения и изменения правил начинают действовать с момента их опубликования.

Регистрация:

Запрещается использовать для отображения на форумах имена (логин, имя), подписи содержащие нецензурную лексику, адреса веб-сайтов, e-mail и т. п.

Запрещено:

- Публиковать заведомо ложную информацию.
- Использовать нецензурные и/или грубые выражения (в том числе в замаскированной форме).
- Оскорблять кого-либо в прямой или косвенной форме, высказывать неуважение и/или хамить участникам форума.
- Создавать сообщения, нарушающие действующее законодательство России.
- Рекламирывать в сообщениях, подписях или аватарах любые товары и услуги без специального разрешения администрации форума.
- Создавать одинаковые темы или сообщения в разных форумах.
- Создавать темы с вопросами, ответы на которые даны в теме FAQ.
- Создавать новые темы с названиями, не отражающими суть проблемы или вопроса.
- Вести разговор на вольные темы, создавать темы, не соответствующие данному форуму, или отсылать сообщения, не соответствующие обсуждаемой теме.
- Публиковать ссылки на нелегальное коммерческое программное обеспечение, программы для его взлома и генераторы ключей, а также на материалы, защищенные авторскими правами (книги, музыка, видео и прочее).
- Создавать сообщения, не несущие конкретной смысловой нагрузки в контексте обсуждаемой темы.

- Создавать сообщения, содержащие специально сделанные ошибки; злостно не соблюдать правила русского языка.
- Создавать в подписях ссылки на сайты, не отвечающие тематике форума.
- Создавать сообщения **ЗАГЛАВНЫМИ** или заглавными и прописными буквами вперемешку («вОт ТаКиМ оБрАзОм»), излишне выделять текст в целях привлечения внимания полужирным шрифтом, курсивом, подчеркиванием, отличным от стандартного для сообщений форума цветом, шрифтом, размером шрифта.
- Самовольное модерирование, когда некий участник форума, не являющийся модератором данного форума, делает замечания другим участникам.
- Обсуждать наказания, сделанные модератором или администратором.

Не рекомендуется:

- Писать транслитом, так как это неудобно для чтения. Существуют методы, которые позволяют переводить транслит в кириллицу. Вы можете ознакомиться с такими методами на этой странице. Администрация оставляет за собой право закрывать темы, в которых пользователи постоянно пишут транслитом и игнорируют данный пункт правил.
- Создавать аватары и подписи на политические или религиозные темы. Администрация оставляет за собой право удалять такие аватары и подписи после уведомления пользователя через персональные сообщения.
- Создавать сообщения политического или религиозного содержания. Администрация оставляет за собой право удалять подобные сообщения без предупреждения.
- Создавать подписи на любом языке, кроме русского и английского. Пользователи русскоязычного форума должны понимать то, что пишут остальные участники форума. Английский считается международным языком. Администрация оставляет за собой право удалять такие подписи после уведомления пользователя через персональные сообщения.
- Многократно поднимать тему, если на поставленный вопрос ответ не был получен своевременно.

Общие положения:

- Прежде чем создавать новые темы, обязательно воспользуйтесь **ПОИСКОМ**. FAQ. Возможно то, что Вы хотите спросить, уже обсуждалось на форуме. Так Вы сэкономите драгоценное время себе и другим.
- Старайтесь писать грамотно. Проверяйте написанные сообщения, перед тем как их отправить.
- При написании сообщения избегайте излишнего цитирования. Это затрудняет чтение сообщения и излишне загружает тему.
- Личная переписка в общей теме не допустима. Для личной переписки есть персональные сообщения.
- Избегайте копирования объемных материалов каких-либо веб-страниц. Лучше публикуйте ссылки на эти материалы.
- Если Вам нечего сказать – лучше ничего не говорить. Не надо писать сообщения только для того, чтобы отметить.

Администрирование и модерирование:

- Администраторы и модераторы имеют право редактировать, переносить, закрывать, а также удалять сообщения и темы, не удовлетворяющие правилам форума.
- Администраторы и модераторы имеют право преимущественного трактования тех или иных пунктов правил форума в случае заявлений о наличии двойного смысла в таких пунктах со стороны пользователя.
- Действия модератора можно обжаловать только в администрации форума и только посредством персональных сообщений.
- Решение администрации форума является окончательным и обжалованию не подлежит.

4.4.3. Правила использования информационных стендов.

- Ответственным за размещение информации на стендах является управление по работе с персоналом.
- Информационные стенды размещаются во всех зданиях Компании, в том числе и в филиалах Компании.
- Все стенды должны содержать одинаковую информацию и в едином дизайне, разработанным управлением по работе с персоналом и согласованном в заинтересованных подразделениях Компании.
- Информация на стендах обновляется еженедельно.
- На стендах должно быть предусмотрена специальная область для размещения информации, предназначенной для сотрудников конкретного здания и филиала.
- Сотрудники Компании не имеют права самостоятельно размещать информацию на стенде.
- В каждом здании (филиале) Компании должны быть сотрудники, отвечающие за размещение информации на стенде. На стенде должна содержаться контактная информация ответственных сотрудников.

4.4.4. Правила проведения опросов сотрудников.

- Для выяснения мнения сотрудников о различных аспектах внутренней жизни Компании и в целях их совершенствования в Компании регулярно проводятся опросы сотрудников.
- За проведение опросов отвечает управление по работе с персоналом.
- Компания гарантирует полную анонимность для участников опроса.
- Опросы могут проводиться письменно или на портале Компании.
- Управление по работе с персоналом должно организовать поступление предложений по теме опросов и своевременно на них реагировать.
- Управление по работе с персоналом обязано своевременно обрабатывать результаты опросов и докладывать о них руководству Компании. После принятия необходимых решений необходимо информировать о них сотрудников.

4.4.5. Правила ведения телефонных переговоров.

- При первом звонке необходимо снять трубку после второго гудка, поздороваться, представить компанию и себя (должность, имя).
- Затем нужно познакомиться с собеседником, после чего обращаться к нему по имени и отчеству.
- В контексте разговора следует позитивно высказываться («спасибо, что позвонили», «какой интересный вопрос», «мне приятна ваша осведомленность»), а также при каждой возможности подчеркивать общность взглядов и мнений («я согласен с Вами», «мы оба так считаем»).

4.5. Правила ведения деловой переписки между сотрудниками и с внешними контрагентами

4.5.1. В Компании оформление официальных бланков регламентируются нормативными документами и, в первую очередь, ГОСТ 6.330-2003.

4.5.2. В Компании используются два стандартных формата бланков документов – А4 (210 x 297 мм) и А5 (148 x 210 мм).

4.5.3. Каждый лист документа, оформленный как на бланке, так и не на нем, должен иметь поля не менее 20 мм – левое; 10 мм – правое; 20 мм – верхнее; 20 мм – нижнее.

4.5.4. Область заголовка.

В этой части письма слева размещается угловой штамп Компании с указанием наименования организации, ее почтовых и других реквизитов, а также регистрационный номер и дата регистрации письма как исходящего документа.

Если служебное письмо является письмом-ответом, то здесь же указывается, на какой документ отвечает данное письмо. В правой части заголовка размещаются реквизиты адресата.

Ниже углового штампа размещается заголовок к тексту документа, например «О поставке автомобилей».

4.5.5. Обращение.

Обращение может начинаться со слов «Уважаемый + фамилия (имя, отчество)» или «Дорогой + имя и отчество (имя)».

Обращение на «ты» недопустимо.

Должность лица, которому адресован документ, указывают в дательном падеже, например:

Генеральному директору

ОАО «Альфа Бизнес»

В.А. Прохорову

В случае если вы ставите сокращения «г-ну», «г-же», то вначале пишется фамилия респондента, после – инициалы.

Документ не должен содержать более четырех адресатов. Слово «Копия» перед вторым, третьим, четвертым адресатами не указывают. При большем числе адресатов составляют список рассылки документа.

При направлении письма в организацию указывают ее наименование, затем почтовый адрес.

При направлении документа физическому лицу указывают фамилию и инициалы получателя, затем почтовый адрес.

4.5.6. Текст письма.

Текст служебного письма, как правило, должен касаться одного вопроса или нескольких вопросов, если они взаимосвязаны и будут рассматриваться в одном структурном подразделении.

Текст письма, как правило, состоит из двух частей. В первой части излагается причина, основание или обоснование составления письма, приводятся ссылки на документы, являющиеся основанием подготовки письма. Во второй части, начинающейся с абзаца, помещаются выводы, предложения, просьбы, решения и т.д.

4.5.7. Заключительная формула вежливости.

Заканчивать письмо следует словами благодарности за сотрудничество. И затем перед вашей подписью ставится выражение: «С уважением, ...» или «Искренне Ваш...».

4.5.8. Подпись.

В состав реквизита «Подпись» входят наименование должности лица, подписавшего документ (полное, если документ оформлен не на бланке, и сокращенное – на документе, оформленном на официальном бланке компании); личная подпись; расшифровка подписи (инициалы, фамилия), например:

<i>Вице-президент Ассоциации региональных предприятий</i>	<i>Личная подпись</i>	<i>А.А. Иванов</i>
или на бланке:		
<i>Вице-президент</i>	<i>Личная подпись</i>	<i>А.А. Иванов</i>

4.5.9. Указание на приложение.

Отметку о наличии приложения, названного в тексте письма, оформляют следующим образом:

Приложение: на 5 л. в 2 экз.

Если письмо имеет приложение, не названное в тексте, то указывают его наименование, число листов и число экземпляров; при наличии нескольких приложений их нумеруют, например:

Приложение:

- 1. Положение о корпоративной этике на 5 л. в 1 экз.**
- 2. Правила аттестации персонала на 7 л. в 2 экз.**

Если приложения сброшюрованы, то число листов не указывают.

4.5.10. Указание на рассылку копий.

Если приложение направляют не по всем указанным в документе адресам, то отметку о его наличии оформляют следующим образом:

Приложение: на 3 л. в 5 экз. только в первый адрес.

4.6. Правила ведения электронной переписки.

4.6.1. Правила ведения переписки с клиентами.

- В начале письма следует поприветствовать клиента, уместны фразы: «Добрый день (утро/вечер)».
- При переписке с клиентами Компании следует придерживаться правил вежливого обращения, быть терпеливым и внимательным к вопросам (просьбам) клиентов, быть корректным.
- Для окончания письма принята следующая форма:

С уважением,
наименование должности
ФИО

4.6.2. Требования к ведению офисной переписки.

- В Компании приняты определенные требования к ведению офисной переписки, которые призваны упорядочить проведение массовых почтовых рассылок и способствуют корректному изложению предоставляемой информации.
- Для рассылки официальных сообщений, имеющих отношение ко всем сотрудникам Компании, используется специальная рассылка.
- Проект информационной массовой рассылки официального или неофициального характера для предварительного согласования и дальнейшего ознакомления сотрудников Компании необходимо направлять в адрес Управления информационных технологий.
- Текст подобных сообщений должен быть сформулирован стилистически грамотно и корректно, без вложений.
- Сотрудник Компании не вправе самостоятельно и без согласования использовать массовые рассылки. Несоблюдение данного требования считается дисциплинарным нарушением.
- В форс-мажорных случаях без согласования могут рассылаться только срочные оповещения следующих отделов: бухгалтерия, хозяйственный отдел, управление по работе с персоналом, отдел системной интеграции и технических средств. Подобные массовые рассылки могут содержать только следующие темы:
 - информация по административно-хозяйственным вопросам;
 - информация по административно-техническим вопросам;
 - информация по финансовым вопросам;
 - информация по организационным вопросам.
- Для сообщений личного характера о днях рождения, других юбилейных и значимых датах (рождение детей, свадьбы, защита дипломов и т. п.), предложений о купле-продаже, сдаче-съеме и т. п. использование массовых рассылок недопустимо.
- Контроль за соблюдением сотрудниками Компании правил ведения офисной переписки возлагается на их непосредственных руководителей.

4.7. Порядок использования конфиденциальной и инсайдерской информации.

Компания должным образом заботится о защите конфиденциальной информации, перечень которой определен соответствующими внутренними документами.

4.7.2. Компания в лице исполнительных органов предпринимает исчерпывающие меры по защите коммерческой и служебной информации, обеспечивает конфиденциальность и режим работы с такой информацией, устанавливает перечень такой информации, соблюдая разумный баланс между открытостью Компании и стремлением не нанести ущерб его интересам.

4.7.3. В договор с должностными лицами и работниками Компании в обязательном порядке включаются условия о неразглашении конфиденциальной информации.

4.7.4. Исполнительные органы Компании обеспечивают соблюдение режима конфиденциальности в целях защиты деловой информации, служебной и коммерческой тайны, предотвращения возможного ущерба от разглашения или несанкционированной утечки деловой информации, исключения фактов незаконного использования этой информации любыми заинтересованными лицами.

4.7.5. Исполнительные органы Компании обеспечивают надежный механизм подготовки, согласования и контроля над содержанием и сроками раскрываемой информации, надлежащую систему хранения документов Компании, функциональность и сохранность информационных ресурсов.

4.7.6. Сотрудники Компании, уполномоченные осуществлять коммуникации с сотрудниками Компании в связи с исполнением служебных обязанностей, должны обеспечивать равную возможность всем заинтересованным лицам на одновременный доступ к раскрываемой существенной информации о деятельности Компании, а также должны принимать меры по опровержению недостоверной информации, если ее распространение влечет причинение ущерба Компании.

4.7.7. В случае нарушения действующего законодательства в области раскрытия информации, а также норм настоящих Правил, приведших к причинению ущерба Компании, виновные в таком нарушении лица, входящие в состав органов управления, и/или должностные лица Компании могут быть привлечены соответственно к дисциплинарной, гражданско-правовой, административной или уголовной ответственности.

5. Оценка информационной деятельности и повышение эффективности коммуникаций

5.1. Ежегодно служба внутреннего контроля Компании проводит внутренний информационный аудит Компании для оценки результатов ее корпоративной информационной деятельности.

Результаты таких аудиторских проверок передаются на рассмотрение совету директоров и правления Компании. По итогам аудита готовятся управленческий анализ, выводы и рекомендации.

5.2. Управление по работе с персоналом следит за тем, чтобы работники Компании были всецело осведомлены о ее деятельности, знали о последних корпоративных событиях.

Для этого управление по работе с персоналом организует регулярные информационные доклады, а также выборочно проверяет работников Компании на их информированность.

Работники Компании должны владеть базовой корпоративной информацией и правилами обращения с ней. Их знания проверяются при прохождении аттестации.

6. Контроль и ответственность за исполнение настоящих Правил

6.1. Члены совета директоров и правления Компании, руководители и сотрудники Компании несут ответственность за соблюдение настоящих Правил.

6.2. Каждый сотрудник Компании несет персональную ответственность за соблюдение настоящих Правил и за неведение до сведения руководства Компании информации обо всех известных ему/ей случаях нарушения требований настоящих Правил.

6.3. В случае нарушения действующего законодательства, норм и требований, а также норм настоящих Правил, приведших к причинению ущерба Компании, виновные в таком нарушении лица, входящие в состав органов управления, и/или сотрудники Компании могут быть привлечены к дисциплинарной, гражданско-правовой, административной или уголовной ответственности.

Решение о привлечении к ответственности принимается в соответствии с порядком, установленным в Компании.

6.4. Контроль над соблюдением настоящих Правил несет правление Компании.

Совет директоров Компании вправе запрашивать информацию о соблюдении настоящих Правил у председателя правления и/или членов правления Компании.

6.5. Настоящие Правила утверждаются советом директоров Компании.

6.6. Если в результате изменения законодательных и нормативных актов Российской Федерации отдельные статьи настоящих Правил вступают в противоречие с законодательными актами, они утрачивают силу и до момента внесения изменений в Правила действуют непосредственно нормы закона и нормативные акты Российской Федерации.