**Курсовая работа**

**ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДРИЯТИЯ**

**2010г.**

Содержание

Введение

1. Теоретические основы формирования информационной политики предприятия

1.1 Формирование информационной политики

1.2 Назначение и цель информационной политики

1.3 Задачи информационной политики

1.4 Политика в области массовой информации

1.5 Виды обеспечения информационной политики

1.6 Формирование и внедрение информационной политики

2 Анализ информационной политики Банка "ЦЕНТР-ИНВЕСТ"

2.1 Раскрытие информации и прозрачность

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

# Введение

Зачастую, занимаясь консалтингом компаний на предмет создания web сайтов, люди сталкиваются с проблемой отсутствия у компании четко выраженной информационной политики. Это выражается, прежде всего, в том, что сотрудники не знают какую информацию и в какой последовательности надо публиковать для обзора Интернет сообщества. И не потому, что они ей не владеют, а просто они не знают степень актуальности, важности и стоимости информации об основной деятельности собственной фирмы. Причина одна - отсутствие четко сформулированной информационной политики. Которая, естественно, влияет не только на web публикации, но и на всю деятельность компании.

Итак, основное назначение информационной политики представить действенный инструмент и правила, согласно которым сотрудники компании могут оценить важность вверенной им информации, смогут смело использовать ее в собственных интересах и интересах компании. При этом риск навредить основной деятельности компании должен сохраняться минимальным. Фактически, должен соблюдаться врачебный принцип "не навреди". Однако, надо иметь в виду, что отсутствие вразумительной информации может также вредить деятельности и развитию компании, так же как и ее переизбыток. Все должно быть в меру.

В соответствии с указанной целью в работе были поставлены и решены следующие задачи:

рассмотрение видов и функций проведения информационной политики предприятия;

анализ информационной политики организации;

рассмотрение информационной стратегии организации;

выявление путей совершенствования информационной политики организации.

При решении любой проблемы ставится не только цель, задачи, но и выявляются способы исследования объекта. Методом данной курсовой работы является системный, комплексный анализ деятельности организации.

# 1. Теоретические основы формирования информационной политики предприятия

# 1.1 Формирование информационной политики

Информационная политика - это управление информационными потоками. В данном исследовании рассматриваются только те из них, которые являются исходящими по отношению к организации, то есть формируются непосредственно самой компанией.

Основной задачей в построении информационной политики или управлении информационными потоками является "нахождение" приемлемого компромисса между необходимостью раскрытия информации и сохранения при этом той суммы сведений, которая относится к области коммерческой тайны.

В российской практике, также как и в мировой, существует определенный минимум информации, которую необходимо открывать сторонним лицам. Как правило, такой уровень информации устанавливается всевозможными регулирующими организациями, создающими свои собственные стандарты. Все, что выше этих стандартов, это та информация, о раскрытии или не раскрытии которой компания принимает решение сама. На принятие таких решений чаще всего влияют текущие рыночные обстоятельства и особенности корпоративной культуры. Впрочем, нередко в этом вопросе немалое значение имеет и личная позиция главы компании или топ - менеджеров.

Информационная политика, это своего рода шкала (линейка), или несколько шкал, по которым человек может измерить и оценить информацию, которой он владеет. А далее, "примерив" полученные результаты на поставленную задачу, принимается окончательное решение использовать или нет, публиковать или нет. Особенно частое заблуждение, что на некоторых мерках, сотрудники, которые разрабатывают информационную политику, забывают ставить контрольные даты. Очень опасное заболевание. Информация должна быть актуальной. Чтобы это увидеть, "погуляйте" по Интернету, и Вы найдете очень большое количество подтверждений отсутствия контрольных точек в информационной политике той или иной фирмы. Самое распространенное явление, на сайтах компаний часто представлена информация 2-3 годичной давности. И дело здесь как раз в отсутствии либо информационной политики как таковой, либо отсутствие контрольных временных точек. Если у Вас система построена так, что она умеет реагировать на запланированные события, то соответственно, Вы всегда будете владеть актуальной и ценной для публикации (и не только) информацией.

Давайте проанализируем возможные информационные классификаторы, которые собственно, и определяют информационную политику. Прежде всего, степень открытости информации: конфиденциальная, доступная только узкому кругу лиц. Для служебного пользования информация доступна всем (или почти всем) сотрудникам компании, но не предназначенная для открытой публикации. И публичная информация, которая доступна всему мировому сообществу. Есть, правда, еще один параметр - устаревшая информация, фактически она доступна всем, но она уже неинтересна. Публикация такой информации может принести как пользу, так и вред компании. С ней надо обращаться осторожно и в зависимости от ситуации.

# 1.2 Назначение и цель информационной политики

Основное назначение информационной политики предприятия - предоставление сотрудникам компании действенного инструмента и правил для оценки важности вверенной им информации и эффективного использования ее в интересах предприятия с минимальным риском ущерба.

Целью информационной политики является обеспечение эффективного достижения бизнес - целей предприятия путем:

* информационной поддержки принятия управленческих решений;
* обеспечения сотрудников предприятия актуальной, своевременной, полной, достоверной, объективной информацией для решения конкретных должностных задач;
* предотвращения потери, утечки, искажения информации;
* обеспечения быстрого повышения уровня компетенции сотрудников до уровня, позволяющего эффективно решать поставленные задачи;
* обеспечения постановки задач сотрудникам с учетом уровня их компетенции;
* поддержки информационного обеспечения взаимодействующих с предприятием дружественных и нейтральных контрагентов;
* информационной поддержки интересов предприятия в органах государственной власти;
* информационного противодействия конкурентам.

Для достижения целей информационной политики требуется постоянное (циклическое) решение задач информационной политики.

# 1.3 Задачи информационной политики

К задачам информационной политики относятся:

1. Анализ работы сотрудников предприятия, информационных потоков и структуры данных в технологических контурах производства / потребления информации, оценка информационных объектов, разработка информационных классификаторов (рубрикаторов), правил и процедур, определяющих и обеспечивающих проведение информационной политики предприятия.

2. Создание и поддержание в актуальном состоянии информационных моделей основных бизнес - процессов предприятия.

3. Обеспечение создания, ведения и использования информационных ресурсов, предназначенных для повышения уровня эффективности работы сотрудников, формирование системы управления знаниями по направлениям деятельности предприятия.

4. Выработка требований по внесению оптимизирующих изменений в бизнес процессы, формирование и обеспечение выполнения планов работ в соответствии с моделью цели - задачи - ресурсы по следующим направлениям:

* информационное обеспечение рабочих мест сотрудников предприятия;
* процедуры ввода, обработки, хранения и представления информации в информационной системе предприятия;
* информационные потоки, направленные во внешнюю среду;
* система разграничения доступов к информации и информационной безопасности;
* ИТ инфраструктура предприятия.

5. Организация контроля выполнения требований информационной политики и устранения имеющихся несоответствий.

6. Организация внесения оптимизирующих изменений включая экспертизу технических и коммерческих предложений по реализации требований автоматизации бизнес - процессов и внесения изменений в ИТ инфраструктуру предприятия, выбор подрядчиков и поставщиков, подготовка договоров, разработка технических заданий, проектных решений и планов, организация технического надзора и приема-сдачи этапов работ.

информационная политика корпоративное управление

# 1.4 Политика в области массовой информации

Переход к информационному обществу неразрывно связан с дальнейшей демократизацией политической и общественной жизни. В контексте информационной политики это означает признание презумпции открытости информации для граждан и защиту их информационных прав. Это означает также ориентацию главных технологических компонентов информационной среды (системы формирования, распространения и использования информационных ресурсов, информационно-телекоммуникационной инфраструктуры и информационных технологий) на обеспечение свободного обращения информации, воплощения в жизнь конституционного права на свободный поиск, получение, производство и распространение информации.

Переход России к новому типу экономического развития, гражданскому обществу и правовому государству, политический плюрализм, порождают огромную общественную потребность в информации. Необходимость удовлетворения этой потребности и обуславливает особую роль СМИ в жизни общества. При этом в полной мере проявляются такие свойства СМИ как массовость, тиражируемость, периодичность, использование постоянно пополняемых информационных ресурсов, выполнение СМИ функций первичных источников информации, применение современных информационных технологий и средств телекоммуникаций.СМИ есть действенный канал информирования общества о деятельности власти и информировании власти и общества о жизни общества и его реакции на действие власти. Эти особенности делают СМИ важнейшим социальным институтом и необходимым объектом государственной информационной политики. Современные СМИ не только оперативно отражают мировые события, но в значительной степени занимаются анализом информации, ее предварительной фильтрацией и целенаправленным отбором. Благодаря этому СМИ являются мощным средством воздействия на сознание людей.

В настоящее время не решены еще многие проблемы, связанные со свободой доступа к информации журналистов, с правовой охраной личной тайны в СМИ, защитой гражданина и общества от ложной и недобросовестной информации, распространяемой СМИ. СМИ не выполняют в полном объеме образовательных задач и задач сохранения и развития национальных культур.

# 1.5 Виды обеспечения информационной политики

Информационная политика обеспечивается:

## 1. Системой документационного обеспечения.

Система документационного обеспечения включает следующие виды документов (Рис.1):

* заявление об информационной политике (ИП) и целях ее проведения, план текущих мероприятий по достижению целей;
* руководство по информационной политике;
* документированные процедуры, относящиеся к ИП и/или включающие требования соблюдения ИП;
* положения о структурных подразделениях и должностные инструкции, обеспечивающие реализацию ИП;
* записи, обеспечивающие контроль соблюдения ИП.

## 2. Информационно-технологическим обеспечением.

Информационно-технологическое обеспечение включает (Рис.2):

* автоматизированную систему классификации (рубрикации) информационных объектов и разделения доступов, обеспечивающую навигацию, поиск и предоставление доступов пользователям к информационным ресурсам в соответствии с предписанными информационной политикой ролями;
* информационные ресурсы функциональных подразделений;
* информационные ресурсы поддержки межфункциональной деятельности (электронного проектного документооборота, согласования и визирования документов, контрольно-распорядительной деятельности);
* информационные ресурсы из внешней среды.

Корпоративная информация должна периодически переклассифицироваться (обычно с течение времени относиться к менее важной) (Рис.3).

# 1.6 Формирование и внедрение информационной политики

Формирование и внедрение информационной политики предприятия должно обеспечиваться путем прохождения отдельных этапов, конкретное наполнение которых зависит от конкретных видов деятельности. Тем не менее, для большинства предприятий необходимо решать следующие задачи:

* разработка основных классификаторов (рубрикаторов) корпоративной информации с учетом степени конфиденциальности, стоимости и изменения характеристик информации с течением времени;
* разработка правил и процедур, обеспечивающих реализацию информационной политики компании, требований к информационному обеспечению рабочих мест сотрудников предприятия;
* разработка требований к информационно-технологическому обеспечению;
* разработка концепции информационной безопасности;
* выбор систем автоматизации и подрядчиков на проведения работ по внедрению программного обеспечения в соответствии с разработанными требованиями к информационно-технологическому обеспечению и информационному обеспечению рабочих мест;
* подготовка ИТ инфраструктуры (закупка оборудования и базового программного обеспечения;
* пилотное внедрение электронного проектного документооборота и информационной системы управления знаниями, системы автоматизации контрольно-распорядительной деятельности;
* поэтапное внедрение систем электронного проектного документооборота, электронного визирования и согласования, автоматизации контрольно - распорядительной деятельности, корпоративного словаря терминов и определений, относящихся к деятельности подразделений предприятия;
* проведение мероприятий по обеспечению информационной безопасности;
* разработка документационного обеспечения информационной политики и информационных моделей бизнес процессов;
* организация контроля за проведением информационной политики;
* организация процессов анализа информационной политики и внесения оптимизирующих изменений.

# 2. Анализ информационной политики Банка "ЦЕНТР-ИНВЕСТ"

# 2.1 Раскрытие информации и прозрачность

Своевременное и достоверное раскрытие информации является одним из основных принципов корпоративного управления Банка. Таким образом, Банк обеспечивает легкий, бесплатный доступ к информации обо всех существенных фактах, включая такую информацию, как финансовое положение, результаты деятельности, структура собственности и управления. С другой стороны, Банк стремится обеспечить разумный баланс между открытостью и защитой коммерческих интересов Банка \* [Положение об информационной политике Банка, регулирующее вопросы раскрытия информации, подготовленное и одобренное Советом директоров, опубликовано на веб-сайте Банка.] \*

1. Политика и практика в отношении раскрытия информации

В соответствии с требованиями российского законодательства и положения Банка об информационной политике, Банк предоставляет информацию (документы) по запросу акционеров и в соответствии с нормами законодательства. Банк публикует подробный годовой отчет, включающий раздел о корпоративном поведении, и готовит другие существенные документы, такие как проспекты эмиссии, квартальные отчеты, отчеты о существенных событиях. Банк раскрывает информацию о своей практике корпоративного поведения, своевременно публикует календарь корпоративных событий и другую существенную информацию на своем сайте в интернете.

Банк предпринимает меры к защите конфиденциальной информации. Любая информация, полученная сотрудниками Банка и членами его органов управления, не может использоваться ими в личных целях и наносить ущерб акционерам и клиентам.

1. Финансовая отчетность

Общество ведет учет и готовит полный комплект финансовой отчетности в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета и финансовой отчетности. В дополнение, Банк готовит отчетность по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) и публикует такую отчетность как в годовом отчете, так и на сайте Банка в интернете.

Финансовая отчетность сопровождается подробным комментарием, позволяющим читателю такой отчетности правильно интерпретировать данные о финансовых результатах Банка. Финансовая информация дополняется анализом и комментариями руководства, а также заключением внешнего аудитора и ревизионной комиссии.

1. Внутренний контроль и аудит
	* Ревизионная комиссия. В соответствии с требованиями российского законодательства, ревизионная комиссия Банка проводит заседания не менее 1 раза в год для исполнения своих обязанностей в соответствии с внутренними документами Банка. Ревизионная комиссия состоит из независимых членов, не менее 1 из которых является опытным специалистом в области финансов, сфера деятельности комиссии не ограничивается требованиями законодательства.
	* Внутренний аудит. В Банке существует внутренний аудитор (служба внутреннего контроля), отвечающая за текущий внутренний контроль за хозяйственной и финансовой деятельностью Банка. Служба внутреннего контроля укомплектована сотрудниками, обладающими безупречной репутацией, функционально подотчетна Совету директоров Банка, административно подчинена Председателю Правления Банка. Полномочия, состав, порядок работы и другие вопросы деятельности службы внутреннего контроля регулируются положением О службе внутреннего контроля Банка.
	* Комитет по аудиту и контролю соответствия Совета директоров. Комитет по аудиту и контролю соответствия концентрирует внимание на трех ключевых аспектах: финансовая отчетность, управление рисками и процедурами, внутренний и внешний аудит. Этот комитет возглавляется, как правило, независимым директором и состоит из неисполнительных директоров, каждый из которых обладает достаточными знаниями в финансовых вопросах. Его полномочия, состав, порядок работы и другие вопросы регулируются положением О комитете по аудиту Банка.
2. Внешний аудит

Внешний аудитор проводит аудит финансовой отчетности Банка. Внешним аудитором является признанная независимая аудиторская фирма. Под независимостью понимается независимость аудитора от Банка, его руководства и крупных акционеров. Аудиторская фирма проводит аудит в соответствии с Международными стандартами аудита. Банк обеспечивает периодическую ротацию своего внешнего аудитора. Информация о размере вознаграждения аудитора раскрывается акционерам. Внешний аудитор выбирается общим собранием акционеров на основе открытого тендера по рекомендации Совета директоров Банка.

1. Структура собственности

Банк обеспечивает публичное раскрытие информации о действительных владельцах более пяти и более процентов голосующих акций Банка. Любые корпоративные отношения собственности в случае объединения группы компаний также четко указываются в раскрываемой Банком информации.

# Заключение

В заключение хотелось бы еще раз остановиться на основных моментах курсовой работы.

Итак, информационное правительство представляет собой один из наиболее важных аспектов деятельности любого динамично развивающегося предприятия (организации).

Воплощение в жизнь основных идей и практических мероприятий информационной политики будет означать серьезное продвижение страны по пути к информационному обществу. Это движение должно состоять из следующих шагов.

1. Последовательное реформирование информационного производства на основе:
* управления информацией как важнейшим ресурсом социально-экономического, политического и культурного развития, определяющим успех в использовании других видов ресурсов (природных, трудовых, финансовых);
* развития общественных и личных информационных потребностей и сферы информационных и телекоммуникационных услуг;
* открытости информационной политики как главной предпосылки последовательного демократического развития страны по пути построения гражданского общества и правового государства.
1. Практическое овладение населением страны информационными ресурсами, развитой информационно-телекоммуникационной инфраструктуры и новейших информационных технологий в различных видах деятельности.
2. Достижение высокого уровня информационной безопасности и обеспечение международного статуса.

# Список использованной литературы

1. Засурский Я.Н., Алексеева М.И., Болотова Л.Д. и др. Система средств массовой информации России. - М., 2003.

2. Учебник / Под общ. ред. В.Д. Попова. - М.: Изд-во РАГС, 2003. - 463 с.

# Приложения

Приложение А

Рис.1. Структура системы документационного обеспечения информационной политики.

Приложение Б

Рис.2. Структура информационно-технологического обеспечения.

Приложение Д

Рис.3. Структура основных классификаторов (рубрикаторов) корпоративной информации по степени важности Важность (стоимость)

