

Қазақстан Республикасы
Мәдениет және ақпарат министрлігі

«Құрманғазы атындағы Қазақ
ұлттық консерваториясы» РММ



РГУ «Казахская национальная
консерватория имени Курмангазы»

Министерство культуры и
информации Республики Казахстан

ҚЫЗМЕТ ЕРЕЖЕ

ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

16 марта 2025г.

дата

Алматы қ.

№ П-09-25

г. Алматы

Утверждаю
Решением Ученого совета
РГУ «Казахская национальная
Консерватория имени Курмангазы»
Министерства культуры и
информации Республики Казахстан
Председатель



Г.К.Тасбергенова
Протокол № 09 «16» март 2025 года

ПОЛИТИКА КОММУНИКАЦИЙ

Разработал:			
Руководитель отдела по информационной политике и маркетингу		Сафиева Ж.А.	<u>16.03.25</u>
Согласовано:			
Проректор по академическим вопросам	<u>м -</u>	Абдрахман Г.Б.	<u>16.03.25</u>
Руководитель проектного офиса менеджмента качества, внутреннего аудита и стратегического планирования		Сарымсакова А.С.	<u>16.03.25</u>
Compliance officer		Джагупарова Г.М.	<u>16.03.25</u>
Руководитель отдела по работе с персоналом		Карабалаева Г.Д.	<u>16.03.25</u>
Руководитель юридического сектора		Мамедова Д.Я.	<u>16.03.25</u>
Должность	Подпись	ФИО	Дата

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
2. ЗАДАЧИ.....	3
3. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ КОММУНИКАЦИИ.....	3
4. ВИДЫ КОММУНИКАЦИЙ.....	4
5. УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ	4
6. РЕПУТАЦИОННЫЕ КРИЗИСЫ И АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....	4
7. КОНТРОЛЬ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	5
8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ	5
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	6
ЛИСТ ОЗНАКОМЛЕНИЯ	7

Положение	Политика коммуникаций
Казахская национальная консерватория имени Курмангазы	Стр. 2 из 7

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Политика коммуникаций Казахской национальной консерватории имени Курмангазы (далее — Консерватория) определяет основные принципы, направления и механизмы внутренней и внешней коммуникации учреждения.

2. Политика направлена на формирование позитивного имиджа Консерватории, повышение ее узнаваемости, эффективное взаимодействие с целевой аудиторией и партнерами.

3. Настоящий документ обязателен к исполнению всеми сотрудниками Консерватории, а также студентами и представителями, вовлеченными в информационную деятельность.

4. Политика разработана в соответствии с:

1) Конституцией Республики Казахстан, законодательными, иными нормативными правовыми актами Республики Казахстан в области образования и науки;

2) Законом Республики Казахстан «О масс-медиа»;

3) Законом Республики Казахстан «О культуре»;

4) Законом Республики Казахстан «Об образовании»;

5) Уставом РГУ «Казахская национальная консерватория имени Курмангазы»;

6) Политикой внутреннего обеспечения качества РГУ «Казахская национальная консерватория имени Курмангазы»;

7) международными стандартами ISO (International Organization for Standardization) в сфере менеджмента качества деятельности 9001:2015 «Системы менеджмента качества. Требования»;

8) внутренними нормативными документами, регламентирующими деятельность Консерватории по различным направлениям деятельности.

2. ЗАДАЧИ

5. Основными задачами Политики являются:

1) формирование единого информационного пространства Консерватории;

2) повышение открытости и доступности информации о деятельности Консерватории;

3) продвижение достижений ППС, студентов и выпускников;

4) создание эффективной системы взаимодействия с медиа, партнерами и общественностью;

5) защита репутации и предотвращение информационных рисков.

3. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ КОММУНИКАЦИИ

6. Основными принципами коммуникации являются:

1) прозрачность — предоставление достоверной и актуальной информации о деятельности Консерватории;

2) доступность — обеспечение свободного доступа к информации для различных аудиторий, включая СМИ, студентов и партнеров;

Положение	Политика коммуникаций
Казахская национальная консерватория имени Курмангазы	Стр. 3 из 7

3) профессионализм – соответствие всех коммуникаций этическим нормам и профессиональным стандартам;

4) оперативность – своевременная реакция на запросы и информационные поводы;

5) согласованность – соблюдение единого информационного стиля в публикациях и официальных сообщениях.

4. ВИДЫ КОММУНИКАЦИЙ

7. Данная Политика регламентирует внутренние и внешние виды коммуникаций.

8. Внутренние коммуникации предполагают:

1) оповещение сотрудников и студентов через внутренние каналы (корпоративная почта, внутренний портал, объявления);

2) взаимодействие между структурными подразделениями;

3) корпоративные мероприятия и инициативы.

9. Внешние коммуникации предполагают:

1) официальный сайт и страницы в социальных сетях;

2) взаимодействие со СМИ (пресс-релизы, интервью, комментарии) осуществляется через Отдел по информационной политике и маркетингу, официальный комментарий дается только уполномоченными лицами;

3) участие в общественных и культурных мероприятиях;

4) прямая коммуникация с партнерами и спонсорами.

5. УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ

10. Ответственным за реализацию Политики коммуникаций является Отдел по информационной политике и маркетингу Консерватории.

11. Все официальные заявления, публикации и комментарии от имени Консерватории согласовываются с руководством.

12. В случае кризисных ситуаций применяется антикризисный коммуникационный план, утвержденный руководством Консерватории.

13. При организации и проведении любых мероприятий, согласованных и утвержденных руководством Консерватории, информация о них должна быть предоставлена в Отдел по информационной политике и маркетингу для своевременного освещения на сайте Консерватории и в социальных сетях.

6. РЕПУТАЦИОННЫЕ КРИЗИСЫ И АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

14. Внешний репутационный кризис – ситуация, возникающая за пределами Консерватории, но оказывающая негативное влияние на ее имидж. К таким могут относиться распространение недостоверной или негативной информации о Консерватории в СМИ и социальных сетях, целенаправленные репутационные атаки, возникновение конфликтных ситуаций с внешними партнерами и другие.

15. Стратегия реагирования на репутационный кризис включает:

1) оперативный мониторинг и анализ ситуации;

Положение	Политика коммуникаций
Казахская национальная консерватория имени Курмангазы	Стр. 4 из 7

- 2) подготовку официальной позиции Консерватории;
 - 3) контроль распространения информации в медиаполе и социальных сетях;
 - 4) разработку и реализацию мер по восстановлению репутации.
16. Управление внешними кризисными коммуникациями осуществляется Отделом по информационной политике и маркетингу совместно с руководством.
17. В случае кризиса разрабатывается оперативный медиаплан, включающий:
- 1) анализ ситуации и оценку возможных рисков;
 - 2) подготовку официального комментария и пресс-релиза;
 - 3) назначение официального представителя для взаимодействия со СМИ;
 - 4) мониторинг публикаций и оперативное реагирование на запросы.

7. КОНТРОЛЬ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

18. Контроль за соблюдением Политики коммуникаций возлагается на Отдел по информационной политике и маркетингу.

19. Нарушение положений настоящей Политики может повлечь дисциплинарную ответственность в соответствии с законодательством Республики Казахстан и внутренними нормативными актами Консерватории.

8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

20. Настоящее Положение, а также вносимые в него изменения и дополнения утверждаются председателем Ученого совета РГУ «Казахская национальная консерватория имени Курмангазы» МКИ РК и вступают в силу после их утверждения.

21. Правила настоящего Положения обязательны для исполнения и могут быть изменены либо дополнены в связи с изменением нормативных документов, появлением новых дополнительных функций, не учтенных данным Положением.

22. Иные вопросы, возникающие в реализации пунктов Положения, решаются в соответствии с Уставом РГУ «Казахская национальная консерватория имени Курмангазы» либо действующим законодательством Республики Казахстан.

Положение	Политика коммуникаций
Казахская национальная консерватория имени Курмангазы	Стр. 5 из 7

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

[illegible]

Положение	Политика коммуникаций
Казахская национальная консерватория имени Курмангазы	Стр. 6 из 7

ЛИСТ ОЗНАКОМЛЕНИЯ

[illegible]

Положение	Политика коммуникаций
Казахская национальная консерватория имени Курмангазы	Стр. 7 из 7