

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

УТВЕРЖДЕН

ученым советом

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики»

Протокол от 28.06.2013 № 47

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

по направлению подготовки

031600 Реклама и связи с общественностью

Уровень подготовки:

Магистр

Москва 2013

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Образовательный стандарт НИУ ВШЭ разработан в соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ: Федеральные государственные высшие учебные заведения, перечень которых утверждается указом Президента Российской Федерации, а также федеральные университеты и университеты, в отношении которых установлена категория «национальный исследовательский университет», вправе реализовывать образовательные программы высшего образования на основе образовательных стандартов и требований, устанавливаемых ими самостоятельно.

Требования к условиям реализации и к результатам освоения основных образовательных программ, включаемые в такие образовательные стандарты, не могут быть ниже соответствующих требований федеральных государственных образовательных стандартов.

Стандарт НИУ ВШЭ соответствует требованиям Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ.

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	2
I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ	4
II. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОКРАЩЕНИЯ	4
III. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ	5
IV. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГИСТРОВ	5
V. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ООП МАГИСТРАТУРЫ	8
VI. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ	11
VII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ООП МАГИСТРАТУРЫ	15
VIII. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ	21

1. Область применения

Настоящий образовательный стандарт высшего образования НИУ ВШЭ является комплексной нормой качества высшего образования по направлению подготовки **031600 Реклама и связи с общественностью**, обязательной к исполнению НИУ ВШЭ, реализующему образовательные программы по данному направлению подготовки, имеющему государственную аккредитацию или претендующему на ее получение.

2. Используемые термины, определения, сокращения

В настоящем стандарте НИУ ВШЭ используются термины и определения в соответствии с Федеральным Законом "Об образовании в Российской Федерации", а также с международными документами в сфере высшего образования:

***основная образовательная программа** - совокупность учебно-методической документации, регламентирующей цели, ожидаемые результаты, содержание и реализацию образовательного процесса по данному направлению подготовки высшего профессионального образования;*

***направление подготовки** - совокупность образовательных программ для магистров различных профилей, интегрируемых на основании общности фундаментальной подготовки;*

***профиль** - совокупность основных типичных черт какой-либо профессии (направления подготовки) высшего образования, определяющих конкретную направленность образовательной программы, ее содержания;*

***компетенция** - способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области;*

***зачетная единица** - мера трудоемкости образовательной программы;*

***результаты обучения** - усвоенные знания, умения и освоенные компетенции.*

В настоящем стандарте НИУ ВШЭ используются следующие сокращения:

ВПО высшее профессиональное образование;

ОС НИУ ВШЭ образовательный стандарт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

ООП основная образовательная программа;

СК системные компетенции,

ИК инструментальные компетенции в составе профессиональных

СЛК социально – личностные компетенции в составе профессиональных

ПК профессиональные компетенции

УЦ ООП учебный цикл основной образовательной программы

3. Общая характеристика направления подготовки

3.1 Нормативный срок, общая трудоемкость освоения основных образовательных программ (в зачетных единицах) и соответствующая квалификация (степень) приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Сроки, трудоемкость освоения ООП и квалификация (степень) выпускников

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
	Код в соответствии с принятой классификацией ООП	Наименование		
ООП магистратуры	68	магистр	2 года	120

Сроки освоения ООП магистратуры по очно/заочной (вечерней) и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных форм обучения могут увеличиваться на 5 месяцев относительно нормативного срока, указанного в таблице 1, на основании решения ученого совета НИУ ВШЭ.

Особенности оригинального образовательного стандарта НИУ ВШЭ по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью отражают специфику профессиональной подготовки магистров по данному направлению в НИУ ВШЭ. Прежде всего, это акцент на фундаментальную и прикладную подготовку к эффективному осуществлению научно-исследовательской, аналитической и практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью. В частности, усилен набор общепрофессиональных дисциплин, обеспечивающих адекватную теоретико-методологическую подготовку, вычленен единый обязательный набор специальных дисциплин, конкретизированы вариативные дисциплины, отвечающие целям и задачам подготовки магистров по рекламе и связям с общественностью в НИУ ВШЭ.

В стандарте значительная роль отведена научно-исследовательскому семинару, который является одним из важных инструментов формирования компетенций и навыков практической работы по выбранному направлению профессиональной подготовки. Достижению этих задач служат и такие используемые в обучении интерактивные образовательные технологии, как мастер-классы, тренинги и др.

4. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГИСТРОВ

4.1. Области профессиональной деятельности магистров:

- коммуникационные кампании по привлечению инвестиций;
- бренд-менеджмент;

- коммуникации в отдельных отраслях (в выставочном бизнесе, фармацевтики, спорте, сфере развлечений)
- взаимодействие корпоративного и гражданского сектора;
- маркетинг НКО;
- медиа-маркетинг;
- внутриорганизационные и межкультурные коммуникации;
- взаимодействие бизнеса и власти;
- коммуникации в сфере политического консалтинга и электоральных технологий;
- коммуникативно-сетевые технологии в рекламе и PR

4.2. Объекты профессиональной деятельности магистров:

- сфера формирования и реализации PR и рекламных кампаний, управление внутренними коммуникациями, организация деятельности СО и отделы GR;
- коммуникации в сфере взаимодействия корпоративного сектора, политических организаций и НКО с государственными учреждениями РФ;
- репутация компаний и первых лиц компаний;
- организации и компании, практикующие в сфере политических коммуникаций: агентства полит-консалтинга, политические партии, политическая экспертиза в медиа;
- брендинг территорий, создание и продвижение брендированного контента, визуальный брендинг, HR-branding, брендинг в области образования
- некоммерческие и общественные организации: НКО и агентства социальной рекламы;
- изучение общественного мнения;
- сфера медиа-коммуникаций: product placement, programming, sponsorship, media audit
- коммуникации в сфере BTL: трейд маркетинг; управление товарной категорией; ивент-маркетинг

4.3. Виды профессиональной деятельности магистров:

организационно-управленческая (ОУД)

проектная (ПД)

информационно-аналитическая (АД1)

научно-исследовательская и преподавательская (НИД_ПеД)

4.4. Магистр по направлению подготовки **031600 Реклама и связи с общественностью** должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ООП магистратуры и видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью фирмы и организации, планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по улучшению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;

контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;

организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка эффективности;

создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней (включая интранет сети) и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры;

организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработка стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью;

организация внутренней и внешней коммуникаций для продвижения бренда компании как работодателя;

оформление заявок и представление организации на фестивалях и конкурсах;

искусство презентаций и ведение дискуссий

проектная:

разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;

оценка качества и эффективности проектов;

создание и руководство временными коллективами или проектными группами для выполнения специальных проектов в области маркетинговых коммуникаций;

информационно-аналитическая:

руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга;

руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых групп потребителей;

постановка проблемы, определение задач, предмета и методов исследования;

организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения;

анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью фирмы, организации и повышению ее позиции в обществе и в конкурентной среде;

составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды;

разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;

проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций;

научно-исследовательская и преподавательская:

изучение основных академических дискуссий в области коммуникативистики и современных методологий изучения межличностной коммуникации, бизнес коммуникации и политической коммуникации;

выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области рекламы и связей с общественностью;

определение состава и операционализация основных изучаемых переменных, выявление проблем, определение гипотез их решения,

анализ и обобщение результатов научно-исследовательских работ с использованием современных достижений научного знания, передового отечественного и зарубежного опыта в области коммуникативистики;

подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований, планирование, организация и применение на практике полученных результатов;

чтение лекций и ведение занятий на уровне бакалавриата по вопросам рекламы и связей с общественностью.

5. Требования к результатам освоения ООП магистратуры

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

1. Системные компетенции

№ по порядку	Код компетенции	Формулировка компетенции
СК-1	СК-М1	способен рефлексировать, оценивать и перерабатывать освоенные научные методы и способы деятельности
СК-2	СК-М2	способен предлагать концепции, модели, изобретать и апробировать способы и инструменты профессиональной

		деятельности
СК-3	СК-М3	способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности
СК-4	СК-М4	способен совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры
СК-5	СК-М5	способен принимать управленческие решения, оценивать их возможные последствия и нести за них ответственность
СК-6	СК-М6	способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности
СК-7	СК-М7	способен организовать и управлять многосторонними, в том числе межкультурными коммуникациями
СК-8	СК-М8	способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде

2. Профессиональные компетенции

А) Инструментальные компетенции

№ по порядку	Код компетенции	Формулировка компетенции
ПК-1	ИК-1	способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
ПК-2	ИК-2	способен управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность
ПК-3	ИК-3	способен оценивать и соотносить затраты и результаты деятельности организации с целью оптимизации коммуникационных кампаний
ПК-4	ИК-4	способен разрабатывать стратегические концепции по созданию, управлению, продвижению, развитию и защите брендов на рынке
ПК-5	ИК-5	способен к разработке и использованию новых мультимедийных коммуникационных стратегий
ПК-6	ИК-6	способен к сравнительному анализу возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей
ПК-7	ИК-7	способен самостоятельно выработать стратегии взаимодействия клиентов с разными целевыми аудиториями
ПК-8	ИК-8	способен составлять аналитические справки, экспертные заключения, отчеты, обзоры и прогнозы на основе результатов анализа коммуникационной среды

ПК-9	ИК-9	способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
ПК-10	ИК-10	способен к достижению эффективности внутренних коммуникаций, созданию благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации
ПК-11	ИК-11	способен к применению возможностей информационных и телекоммуникационных технологий в сфере PR и рекламы
ПК-12	ИК-12	способен к организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработке бюджетов в области рекламы и связей с общественностью
ПК-13	ИК-13	способен к разработке концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований в области рекламы и связей с общественностью
ПК-14	ИК-14	способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью
ПК-15	ИК-15	способен использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов
ПК-16	ИК-16	способен к разработке и реализации стратегического плана рекламной и PR-кампаний с использованием различных рекламных инструментов и носителей, и осуществлению экономически оправданных медийных закупок
ПК-17	ИК-17	способен к разработке и реализации репутационных концепций для государственных структур, коммерческих компаний, общественных организаций; применению PR-технологий в формировании репутации; определению стоимостной оценки репутации компании
ПК-18	ИК-18	способен создавать брендовые контенты в различных отраслях
ПК-19	ИК-19	способен к созданию и анализу текстов в PR и рекламе
ПК-20	ИК-20	способен к маркетинговым исследованиям в сфере B2B-B2C рынков и в сфере BTL
ПК-21	ИК-21	способен к управлению кризисными коммуникациями в PR
ПК-22	ИК-22	способен консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций
ПК-23	ИК-23	способен к проведению исследований общественной среды и общественного мнения, анализу полученных данных и формулированию предложений по оптимизации рекламной

		деятельности и связей с общественностью фирмы
ПК -24	ИК-24	способен к организации процесса выбора и оценки подрядчиков коммуникационных услуг, в т.ч. с использованием тендерного механизма
ПК-25	ИК-25	способен к проведению исследований и практических консультаций в области формирования предпочтений и мотивов в сфере политики, а также закономерностей в процессе формирования массовых политических настроений и принципов поведения
ПК-26	ИК-26	способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований
ПК-27	ИК-27	способен интегрировать знания, справляться со сложностями и формировать суждения на основе неполной и ограниченной информации
ПК-28	ИК-28	способен применять, творчески развивать накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании и защите научно-исследовательских работ

Б) Социально-личностные компетенции

№ по порядку	Код компетенции	Формулировка компетенции
ПК-29	СЛК-1	способен проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности
ПК-30	СЛК-2	способен прислушиваться к мнению коллег и клиентов при реализации профессиональных задач
ПК-31	СЛК-3	способен определять, транслировать общие цели в профессиональной и социальной деятельности
ПК-32	СЛК-4	способен генерировать новые решения, развивать креативность и инициативность
ПК-33	СЛК-5	способен транслировать нормы здорового образа жизни, увлекать своим примером
ПК-34	СЛК-6	способен строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности
ПК-35	СЛК-6	способен постоянно повышать уровень своей эмоциональной компетентности

По видам деятельности:

организационно-управленческая (ОУД) ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-17; ПК-18; ПК-19; ПК-20; ПК-21; ПК-22; ПК-24; ПК-25; ПК-35

проектная (ПД) ПК-9; ПК-12; ПК-14; ПК-15; ПК-24; ПК-29; ПК-32

информационно-аналитическая (АД1) ПК-3; ПК-8; ПК-12; ПК-13; ПК-15; ПК-24

научно-исследовательская (НИД) и преподавательская (ПеД) ПК-13; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-25

6. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ

Основные образовательные программы магистратуры предусматривают изучение следующих учебных циклов (табл. 2):

М.1 – цикл общих дисциплин направления;

М.2 – цикл дисциплин программы;

и разделов:

М.3 – практики и научно-исследовательская работа;

М.4 – итоговая государственная аттестация.

Таблица 2. Структура ООП магистра

Код	Учебные циклы, разделы и проектируемые результаты их освоения	Трудоемкость (зачетные единицы)	Перечень дисциплин для разработки программ, а также учебников и учебных пособий	Коды формируемых компетенций
М.1	Цикл общих дисциплин направления	10 - 15	Теория и методология современной коммуникативистики	СК-1 – СК-8; ПК-1; ПК-3; ПК-4 – ПК-8; ПК-14; ПК-15; ПК-17; ПК-22; ПК-25;
	Базовая часть	6 - 10		
	В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен: знать: теорию и методологию научных исследований, основные особенности научного метода познания в области социальных наук; принципы организации связей с общественностью в политической сфере, в деятельности политических организаций; владением навыков в области политического консалтинга; современный инструментарий продвижения и реализации интернет-стратегий,			

<p>способностью к управлению разработке и развитию интернет-ресурсов; проблематику взаимоотношения государства, бизнеса и общества, разработке стратегии и тактических планов по оптимизации их взаимодействия</p> <p>уметь: использовать полученные знания в профессиональной деятельности и коммуникации, межличностном общении; использовать современные научные методы решения исследовательских и профессиональных задач;</p> <p>владеть: навыками свободной личной и деловой коммуникации в международной среде; программно-целевым методом решения научных проблем; навыками использования интернет-технологии в целях организации и ведения электронной коммерции, используя знания бизнес-моделей электронной коммерции, а также правовых основ ведения электронной коммерции; современными технологиями изучения общественного мнения, способностью к разработке и реализации информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; современными аудиовизуальными технологиями рекламы и, способностью оценивать их возможности и преимущества, принимать нестандартные решения в для продвижения продуктов на рынке</p>		Интегрированные коммуникации	ПК-27; ПК-28 СК-1 – СК-8; ПК-1 – ПК-35
Цикл общих дисциплин направления			СК-1 –
Вариативная часть	3 - 5		СК-8;
<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен:</p> <p>Знать: теорию и методологию в области политических коммуникаций: основы институциональной экономики; особенности развития экономики России на современном этапе</p> <p>Уметь: использовать основные понятия и теории как инструмент исследования в области политической</p>			ПК-7; ПК-8; ПК-13; ПК-22; ПК-26; ПК-30

	<p>коммуникации; использовать современные методы сбора анализа и информации для исследований в области институциональной экономики.</p> <p>Владеть: теоретическим и методологическим инструментарием исследования в области политических коммуникаций; практическими навыками политического консультирования; необходимыми навыками для институционального анализа в экономической области</p>			
М.2	Цикл дисциплин программы	47 - 50		СК-1 – СК-8; ПК-1– ПК-35
	Базовая часть	18 - 19		
	<p>В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>знать: современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; законодательное и саморегулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы управления персоналом организации; правовую охрану объектов интеллектуальной собственности; теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; основы консалтинга;</p> <p>уметь: генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления, планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий; выбирать оптимальные формы организации бизнеса; находить новые источники повышения конкурентоспособности, пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия;</p>			

	владеть: умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; умением межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере, составления договоров и деловой документации, преподавательскими навыками			
	Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП)	27 - 29		СК-1 – СК-8; ПК-1– ПК-35
М.3	Практики и научно-исследовательская работа	52		
	практические умения и навыки определяются ООП	12	Научно-исследовательская практика	СК-1 – СК-8; ПК-1– ПК-35
		16	Научно-исследовательский семинар	
		6	Курсовая работа	
		18	Преддипломная практика (включая подготовку выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации)	
М.4	Итоговая государственная аттестация	6	Защита выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)	СК-1; СК-2; СК-6; СК-8; ПК-13; ПК-1 – ПК-7; ПК-26 – ПК-28; ПК-30

	Общая трудоемкость основной образовательной программы	120		

7. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ

7.1. Общие требования к условиям реализации основным образовательных программ

7.1.1 Перед началом разработки ООП необходимо определить главную цель (миссию) программы, цели основной образовательной программы, как в области воспитания, так и в области обучения, учитывающую ее специфику, направление и профиль подготовки, особенности научной школы, потребности рынка труда.

ООП магистратуры включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы практик и научно-исследовательской работы, итоговой государственной аттестации, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Базовый учебный план магистерской программы не должен включать в себя более 12-14 обязательных дисциплин за все время обучения, в т.ч. не более 6 обязательных дисциплин и не менее 6 дисциплин по выбору (в том числе, не более 3 дисциплин могут быть выбраны из других образовательных программ).

НИУ ВШЭ обязан ежегодно обновлять основные образовательные программы с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.

7.1.2 При разработке магистерской программы должны быть определены возможности выпускников в развитии компетенций социально-личностного, системно-деятельностного характера. НИУ ВШЭ обязан сформировать социокультурную среду, создать условия, необходимые для социализации личности.

7.1.3 Реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий, результатов работы студенческих исследовательских групп, вузовских и межвузовских телеконференций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Одной из основных активных форм освоения профессиональных компетенций, связанных с ведением того вида (видов) деятельности, к которым готовится магистрант (организационно-управленческая; организационно-коммуникационная; информационно-аналитическая; проектная; научно-исследовательская и преподавательская), для ООП магистратуры является семинар (НИС), являющийся обязательной частью образовательной программы и продолжающийся на регулярной основе, к работе которого привлекаются ведущие исследователи и специалисты-практики, и являющийся основой корректировки индивидуальных учебных планов

магистранта. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Занятия лекционного типа не могут составлять более 40 % аудиторных занятий.

7.1.4. В программы базовых дисциплин всех учебных циклов должны быть включены задания, способствующие развитию компетенций профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник, в объеме, позволяющем сформировать компетенции, заявленные в пункте 5 ОС НИУ ВШЭ.

7.1.5. Магистерская программа должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее 50 процентов теоретического обучения.

7.1.6. Максимальный объем учебной нагрузки обучающихся не может составлять более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной образовательной программы и факультативных дисциплин, устанавливаемых дополнительно к ООП и являющихся необязательными для изучения обучающимися.

Объем факультативных дисциплин, не включаемых в 120 зачетных единиц и не обязательных для изучения обучающимися, определяется разработчиками магистерских программ самостоятельно и находит отражение в базовом учебном плане.

7.1.7. В целях обеспечения высокого качества образования, выравнивания стартовых условий для обучающихся на магистерских программах направления подготовки студентам (особенно тем, кто получал образование на уровне бакалавриата и/или специалитета в других вузах) могут быть предложены адаптационные дисциплины, состав которых зависит от конкретного набора поступивших и находит отражение в базовом учебном плане.

7.1.8. Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения составляет 16 академических часов (20 академических часов с учетом НИС).

7.1.9. В случае реализации ООП магистратуры в иных формах обучения максимальный объем аудиторных занятий устанавливается в соответствии с постановлением Правительства от 14 февраля 2008 г. № 71 «Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении)».

7.1.10. Общий объем каникулярного времени в учебном году должен составлять 7-11 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

7.1.11. НИУ ВШЭ обязан обеспечить обучающимся реальную возможность участвовать в формировании своей программы обучения, включая возможную разработку индивидуальных образовательных программ.

7.1.12. НИУ ВШЭ обязан ознакомить обучающихся с их правами и обязанностями при формировании индивидуальной образовательной программы, разъяснить, что избранные обучающимися дисциплины (модули, курсы) становятся для них обязательными, а их суммарная трудоемкость не должна быть меньше, чем это предусмотрено учебным планом.

7.1.13. В НИУ ВШЭ должно быть предусмотрено применение инновационных технологий обучения, развивающих навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (чтение интерактивных лекций, проведение

групповых дискуссий и проектов, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей, проведение ролевых игр, тренингов и других технологий), преподавание дисциплин в форме авторских курсов по программам, составленным на основе результатов исследований научных школ НИУ ВШЭ, учитывающих региональную и профессиональную специфику при условии реализации содержания образования и формировании компетенций выпускника, определяемых настоящим ОС НИУ ВШЭ.

7.1.14. Магистерская программа должна включать лабораторные практикумы и практические занятия по дисциплинам (модулям), общим для всех магистерских программ направления подготовки.

7.1.15 Наряду с установленными законодательными и другими нормативными правовыми актами обучающиеся имеют следующие права и обязанности:

обучающиеся имеют право в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение дисциплин (модулей, курсов) по выбору, предусмотренных ООП, выбирать конкретные дисциплины (модули, курсы);

при формировании своей индивидуальной образовательной программы обучающиеся имеют право получить консультацию в НИУ ВШЭ по выбору дисциплин (модулей) и их влиянию на будущий профиль подготовки;

обучающиеся при переводе из другого высшего учебного заведения при наличии соответствующих документов имеют право на зачет освоенных ранее дисциплин (модулей) на основе аттестации;

обучающиеся обязаны выполнять в установленные сроки все задания, предусмотренные ООП НИУ ВШЭ.

7.2. Требования к организации практик и научно-исследовательской работы обучающихся

7.2.1 Требования к организации практик обучающихся

Практика является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. При реализации магистерских программ по данному направлению подготовки могут предусматриваться одна или несколько видов практик: научно-исследовательская (преддипломная), преподавательская, производственная

Конкретные виды практик определяются ООП. Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются по каждому виду практики.

Практики могут проводиться в сторонних организациях (предприятиях, НИИ, фирмах) или на кафедрах и в лабораториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

7.2.2 Требования к организации научно-исследовательской работы обучающихся

Научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями настоящего ОС НИУ ВШЭ и ООП а. Могут предусматриваться следующие виды и этапы выполнения и контроля научно-исследовательской работы обучающихся:

планирование научно-исследовательской работы, включающее ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области и выбор темы исследования, написание реферата по избранной теме;

проведение научно-исследовательской работы;

корректировка плана проведения научно-исследовательской работы;

составление отчета о научно-исследовательской работе;

публичная защита выполненной работы.

Основной формой планирования и корректировки индивидуальных планов научно-исследовательской работы обучаемых является обоснование темы, обсуждение плана и промежуточных результатов исследования в рамках научно-исследовательского семинара. В процессе выполнения научно-исследовательской работы и в ходе защиты ее результатов должно проводиться широкое обсуждение в учебных структурах НИУ ВШЭ с привлечением работодателей и ведущих исследователей, позволяющее оценить уровень приобретенных знаний, умений и сформированных компетенций обучающихся. Необходимо также дать оценку компетенций, связанных с формированием профессионального мировоззрения и определенного уровня культуры.

7.3 Кадровое обеспечение учебного процесса

Реализация основной образовательной программы магистратуры должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и/или научно-методической деятельностью. К образовательному процессу по дисциплинам из цикла дисциплин программы должны быть привлечены не менее 20% преподавателей из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений. Не менее 80% преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по указанному циклу и научно-исследовательскому семинару, должны иметь российские или зарубежные ученые степени и ученые звания, при этом ученые степени доктора наук (в том числе степень PhD, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности) или ученое звание профессора должны иметь не менее 12% преподавателей.

При реализации магистерских программ, ориентированных на подготовку научных и научно-педагогических кадров, не менее 75% преподавателей, обеспечивающих учебный процесс, должны иметь ученые степени кандидата, доктора наук (в том числе степень PhD, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и ученые звания.

Общее руководство научным содержанием и образовательной частью магистерской программы должно осуществляться штатным научно-педагогическим работником вуза,

имеющим ученую степень доктора наук или степень PhD, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности, и (или) ученое звание профессора соответствующего профиля, стаж работы в образовательных учреждениях высшего профессионального образования не менее 3 лет.

Для штатного научно-педагогического работника, работающего на полную ставку, допускается одновременное руководство не более чем 2 магистерскими программами; для внутреннего штатного совместителя - не более одной магистерской программой.

Непосредственное руководство магистрантами осуществляется руководителями, имеющими ученую степень и ученое звание. Допускается одновременное руководство не более чем тремя магистрантами.

Руководители магистерских программ должны регулярно вести коммуникационные проекты, иметь публикации в отечественных научных журналах (включая журналы из списка ВАК) и/или зарубежных реферируемых журналах, трудах национальных и международных конференций, симпозиумов по профилю, не менее одного раза в пять лет проходить повышение квалификации.

7.4 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса

Основная образовательная программа должна обеспечиваться учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин (курсов, модулей) должно быть представлено в сети Интернет или локальной сети образовательного учреждения.

Реализация основных образовательных программ магистратуры должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки к системе Интернет, к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) магистерской программы.

Каждый обучающийся по магистерской программе должен быть обеспечен не менее чем одним учебным и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине, входящей в образовательную программу.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам учебных циклов, изданными за последние 5 лет.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные, справочно-библиографические и периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Каждому обучающемуся должен быть обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда или электронным базам периодических изданий, включая не менее чем из 10 наименований отечественных журналов из списка ВАК и не менее 5 наименований ведущих зарубежных журналов, соответствующих профессиональной специфике образовательной программы. Для обучающихся должна быть обеспечена возможность регулярного пользования следующими наименованиями периодической научной литературы: «Вестник общественного мнения»; «Общественные науки и современность»; «Социологические исследования»; «Маркетинговые коммуникации»; «Бренд-менеджмент»; «Реклама: теория и практика»;

«Журнал социологии и социальной антропологии»; «Информационное общество»; «Маркетинг и маркетинговые исследования»; «Мир лингвистики и коммуникации» (электронный научный журнал); «Политическая наука»; «Business Communications Review», «Communication quarterly», «Communication studies», «Communication theory», «Corporate Communications», «European journal of communication», «Global Media and Communication», «International Journal of Integrated Marketing Communications», «Journal of Communication Management», «Journal of marketing communications», «Journal of Media and Communication Studies», «Mass-communication and society», «Political Communication».

Для обучающихся должна быть обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями, обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, в том числе ресурсами Всемирного Банка (включая базу данных «World Development Indicators», WB e-Library), ОЭСР, Единого архива экономических и социологических данных НИУ ВШЭ.

7.5 Финансовое обеспечение учебного процесса

Ученый совет НИУ ВШЭ при введении основных образовательных программ по направлению подготовки утверждает общий бюджет реализации основных образовательных программ.

Финансирование реализации основных образовательных программ должно осуществляться в объеме не ниже установленных нормативов подушевого финансирования.

Фонд стимулирующих надбавок в рамках общего фонда заработной платы работников НИУ ВШЭ не должен быть меньше 30%.

7.6 Материально-техническое обеспечение учебного процесса

НИУ ВШЭ, реализующий основные образовательные программы магистратуры, располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально необходимый для реализации магистерской программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя: специально оборудованные кабинеты и аудитории, классы, оборудованные материально-техническими средствами для проведения видео-конференций.

При использовании электронных изданий НИУ ВШЭ должен обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин из расчета не менее 1 точки удаленного доступа на сети Интернет на 1 студента.

8.ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

8.1 Требования к текущей и промежуточной аттестации

8.1.1 НИУ ВШЭ обязан обеспечивать гарантию качества подготовки, в том числе путем:

- разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;
- мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ;
- разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- обеспечении компетентности преподавательского состава;
- регулярном проведении самообследования по согласованным критериям для оценки своей деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;
- информировании общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

Оценка качества освоения магистерских программ должна включать текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

8.1.2 Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой дисциплине разрабатываются и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

8.1.3 Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей магистерской программы (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются НИУ ВШЭ.

Фонды оценочных средств должны быть полными и адекватными отображениями требований ОС НИУ ВШЭ по данному направлению подготовки, соответствовать целям и задачам магистерской программы и её учебному плану. Они призваны обеспечивать оценку качества общекультурных и профессиональных компетенций, приобретаемых выпускником.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения модулей, дисциплин, практик должны учитываться все виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

При проектировании оценочных средств необходимо предусматривать оценку способности обучающихся к творческой деятельности, их готовности вести поиск решения новых задач, связанных с недостаточностью конкретных специальных знаний и отсутствием общепринятых алгоритмов профессионального поведения)

Помимо индивидуальных оценок должны использоваться групповые и взаимооценки: рецензирование студентами работ друг друга; оппонирование студентами рефератов, проектов, дипломных, исследовательских работ и др.; экспертные оценки группами, состоящими из студентов, преподавателей и работодателей и т.п.

8.1.4 Обучающимся, представителям работодателей должна быть предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей.

8.1.5 НИУ ВШЭ создает условия для максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций магистрантов к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов должны активно использоваться работодатели (представители заинтересованных предприятий, НИИ, фирм), преподаватели, читающие смежные дисциплины и т.п.

8.2 Требования к итоговой государственной аттестации выпускников

8.2.1 Итоговая государственная аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ОС НИУ ВШЭ.

Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (проекта) определяются на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также данного ОС НИУ ВШЭ в части требований к результатам освоения основной образовательной программы магистратуры.

Выпускная квалификационная работа в соответствии с магистерской программой выполняется в виде магистерской диссертации в период прохождения практики и выполнения научно-исследовательской работы и представляет собой самостоятельную и логически завершенную выпускную квалификационную работу, связанную с решением задач того вида (видов) деятельности, к которым готовится магистрант (организационно-управленческой, научно-педагогической, проектной, информационно-аналитической).

Тематика выпускных квалификационных работ должна быть направлена на решение профессиональных задач, указанных в п. 4.4.

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные системные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально

излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

9. Список представителей академического сообщества и работодателей, принимавших участие в разработке ОС НИУ ВШЭ:

Зверев С.А. (профессор), зав. Отделением Интегрированные коммуникации (НИУ-ВШЭ), президент компании КРОС

Мордвинова М., зам. зав. Отделения Интегрированные коммуникации (НИУ-ВШЭ)

Каширских О. (PhD), доцент отделения Интегрированные коммуникации (НИУ-ВШЭ)

Наумов С. А., президент РАСО

Максимюк К. руководитель компании Новый Интернет

Кривоногов С., руководитель группы компаний DDB Russia

Ректор

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики»

Я.И.Кузьминов

Первый проректор

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики»

В.В. Радаев

Проректор

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики»

С.Ю. Роцин