

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

УТВЕРЖДЕН

Ученым советом Государственного университета
«Высшая школа экономики»

Протокол от 02.07.2010 № 15

ПЕРЕУТВЕРЖДЕН

ученым советом

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики»

Протокол от 24.06.2011 № 26

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

по направлению подготовки

031600.62 Реклама и связи с общественностью

Уровень подготовки:

Бакалавр

Москва 2011

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Образовательный стандарт НИУ ВШЭ разработан в соответствии с Федеральным законом «О высшем и послевузовском образовании» в ред. от 10.02.2009 № 18-ФЗ, статья 5, пункт 4: 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 профессионального и послевузовского профессионального 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 «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» в ред. от 10.02.2009 г. № 18-ФЗ.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Область применения	4
2	Термины, определения, обозначения, сокращения	4
3	Общая характеристика направления подготовки	5
4	ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАКАЛАВРОВ	5
4.1	Область профессиональной деятельности бакалавров	5
4.2	Объекты профессиональной деятельности выпускников	5
4.3	Бакалавр по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:	6
4.4	Задачи профессиональной деятельности бакалавра	6
5	ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА	7
6	ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА	11
7	ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ	15
8	ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ	21
9	Список представителей академического сообщества и работодателей, принимавших участие в разработке ОС НИУ ВШЭ	23

1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящий образовательный стандарт высшего профессионального образования НИУ ВШЭ представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ бакалавриата по направлению подготовки **031600.62 Реклама и связи с общественностью** НИУ ВШЭ, реализующему образовательные программы по данному направлению подготовки, имеющему государственную аккредитацию или претендующему на ее получение.

2 ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

В настоящем образовательном стандарте НИУ ВШЭ используются термины и определения в соответствии с Федеральным Законом «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», а также с международными документами в сфере высшего образования:

вид профессиональной деятельности – методы, способы, приемы, характер воздействия на объект профессиональной деятельности с целью его изменения, преобразования;

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 бакалавров различных профилей, интегрируемых на основании общности фундаментальной подготовки;

объект профессиональной деятельности – системы, предметы, явления, процессы, на которые направлено воздействие;

область профессиональной деятельности – совокупность объектов профессиональной деятельности в их научном, социальном, экономическом, производственном проявлении;

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

модуль - часть образовательной программы или часть учебной дисциплины, имеющая определенную логическую завершенность по отношению к установленным целям и результатам обучения, воспитания;

зачетная единица - мера трудоемкости образовательной программы;

результаты обучения - усвоенные знания, умения и усвоенные компетенции;

учебный цикл - совокупность дисциплин (модулей) основной образовательной программы, обеспечивающих усвоение знаний, умений и формирование компетенций в соответствующей сфере научной и (или) профессиональной деятельности.

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 «Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;

ООП - основная образовательная программа;

ОК - общекультурные компетенции;

ПК - профессиональные компетенции;

УЦ ООП - учебный цикл основной образовательной программы.

3 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

Нормативные сроки, общая трудоемкость освоения основных образовательных программ (в зачетных единицах) и соответствующие квалификации (степени) по уровням высшего профессионального образования приводятся в таблице 1.

Таблица 1 - Сроки, трудоемкость освоения ООП

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
	Код, наименование в соответствии с ОКСО			
ООП подготовки бакалавров	62	бакалавр	4 года	240*

*) Трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна не менее 60 зачетным единицам.

4 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАКАЛАВРОВ

4.1 Область профессиональной деятельности бакалавров

Область профессиональной деятельности по направлению подготовки **031600.62 Реклама и связи с общественностью** включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

4.2 Объекты профессиональной деятельности выпускников

Объектами профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки **031600.62 Реклама и связи с общественностью** являются:

- государственные структуры федерального, регионального, местного уровней; органы местного самоуправления;
- негосударственные учреждения и организации, общественные организации, СМИ, консалтинговые агентства, рекламные агентства, агентства по связям с общественностью, коммуникационные агентства, учреждения и организации политической, экономической, социальной, образовательной, научной, производственной, сервисной, культурной и других областей и сфер;
- рекламные подразделения и подразделения связей с общественностью коммерческих фирм и других организаций в различных сферах деятельности и различных отраслях народного хозяйства.

4.3 Бакалавр по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- Организационно-управленческая;
- Проектная;
- Коммуникационная;
- Рекламно-информационная;
- Рыночно-исследовательская;
- Прогнозно-аналитическая.

4.4 Задачи профессиональной деятельности бакалавра

Бакалавр по направлению подготовки **031600.62 Реклама и связи с общественностью** должен быть подготовлен к выполнению следующих задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании 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.

проектная:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.).

коммуникационная:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

рекламно-информационная

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы и связей с общественностью;

рыночно-исследовательская;

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий в области связей с общественностью и рекламной деятельности;

прогнозно-аналитическая:

- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;
- подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов.
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

5 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА

Выпускник по направлению подготовки **031600.62 Реклама и связи с общественностью** с квалификацией (степенью) <бакалавр> в соответствии с целями основной образовательной программы и задачами профессиональной деятельности должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты мыслительной деятельности (ОК-1);
- способностью ясно, логически верно и аргументировано строить письменную и устную речь и использовать ее в профессиональной деятельности; владение навыками публичной и научной речи (ОК-2);
- готовностью и способностью к социальному взаимодействию, сотрудничеству, кооперации с коллегами, к работе в коллективе; владением базовыми знаниями о закономерностях зарождения, возникновения, развития, разрешения и завершения конфликтов любого уровня (ОК-3);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; знание основ правового регулирования общественных отношений, возникающих в сфере обращения информации (ОК-4);
- стремлением к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, определить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-5);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии в теоретической и прикладной сферах, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, стремлением к реализации своей деятельности на качественно высоком уровне (ОК-6);

- умением использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-7);
- умением использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; знанием методов решения матричной игры в смешанных стратегиях, способов ее сведения к задачам линейного программирования (ОК-8);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-9);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, владением навыками работы с компьютером как средством управления информацией; способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-10);
- владение иностранным языком на уровне, достаточном для разговорного и профессионального общения, а также для поиска и анализа иностранных источников информации (ОК-11);
- владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; знаниями общетехнической культуры специалиста и базиса технологий достижения социально обоснованного уровня безопасности (ОК-12);
- владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, коррекции физического развития для повышения адаптационных резервов организма (ОК-13);
- знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать Гражданский Кодекс, другие правовые документы в своей деятельности, готовностью и стремлением к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии для сохранения и развития современной цивилизации (ОК-14).

профессиональными (ПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в рекламных агентствах, маркетинговом отделе, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке, и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с поставленными целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-3);
- владением основами речи, правилами речевого этикета и ведения диалога; владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации, умение адекватно использовать их при решении профессиональных задач (ПК-4);
- владением навыками создания устных, письменных, виртуальных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, умением реферировать,

комментировать, редактировать разные типы текстов; владением навыками копирайтинга (ПК-5);

- владением базовыми навыками использования маркетинговых техник с целью наращивания ценности бренда для потребителя через изменение и коррекцию его рациональных либо эмоциональных характеристик в применении к продукту, продуктовой линейке либо бренда в целом для увеличения его конкурентоспособности (ПК-6);
- владением базовыми навыками медиапланирования в рекламной и маркетинговой коммуникации, способностью принимать участие в подготовке и проведении анализа конкурентов, целевой аудитории, бренда и в определении основных вводных для последующей разработки медиаплана (ПК-7);
- владением базовыми навыками создания и поддержания позитивных отношений с медиа (ПК-8);
- владением базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и т.д (ПК-9);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-10);
- владением знаниями основных моделей и теорий коммуникации, способностью понимать структуру коммуникативного акта и коммуникативных событий в различных сферах и видах коммуникации, связи теории коммуникации с другими науками, способностью понимать основы коммуникативного взаимодействия (ПК-11);
- владением знаниями базовых принципов, структуры и основных моделей функционирования экономики интегрированных коммуникаций (ПК-12);

организационно-управленческая деятельность:

- владением базовыми знаниями о системах планирования, ценообразования, продвижения и распространения идей, товаров и услуг для удовлетворения нужд, потребностей и желаний отдельных лиц и организаций (ПК-13);
- знанием истории и основных теорий менеджмента, владением основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знанием основ бизнес-процессов (ПК-14);
- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовностью нести за них ответственность (ПК-15);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной деятельностью, деятельностью по связям с общественностью, проведению мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность интегрированных коммуникационных кампаний (ПК-16);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-17);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-18);
- способностью к участию в формировании эффективных внутренних коммуникаций, готовностью к созданию и поддержанию благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-19);

проектная деятельность:

- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-20);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.) (ПК-21);
- знанием основных подходов, процедур и методологии управления проектами; способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-22);

коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-23);
- владение знаниями теории и практики массовой информации, способностью понимать ее место и роль в жизни современного общества и социальном управлении; владение знаниями системных характеристик современных российских и зарубежных СМИ (ПК-24);
- способностью прогнозировать возможные последствия и моделировать предполагаемые методы влияния СМИ на установки, способы поведения и восприятия действительности массовой аудиторией; способность прогнозировать возможные психологические последствия массовой коммуникации (ПК-25);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-26);
- владение историческими знаниями о рекламе; способность понимания процессов, характеризующих современный мировой рынок рекламы и его перспективы (ПК-27);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью осуществлять организацию и проведение маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-28);
- способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях, разрабатывать меры по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-29);
- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-30);
- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-31);
- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-32);

- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);
- способностью осуществлять обработку и подготовку данных для анализа, владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-34).

6 ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА

Основная образовательная программа подготовки бакалавра предусматривает изучение следующих учебных циклов (Таблица 2):

Б.1- гуманитарный, социальный и экономический цикл;

Б.2- математический и естественнонаучный цикл;

Б.3 - профессиональный цикл;

и разделов:

Б.4 - физическая культура;

Б.5- учебная и производственная практики и/или научно-исследовательская работа;

Б.6- итоговая государственная аттестация.

Учебный цикл имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (профильную). Вариативная (профильная) часть дает возможность расширения и (или) углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин (модулей), позволяет студенту получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения профессионального образования в магистратуре.

Таблица 2

Структура ООП бакалавриата*

Код УЦ ООП	Учебные циклы и проектируемые результаты их освоения	Трудоемкость (Зачетные единицы)	Перечень дисциплин для разработки примерных программ, учебников и учебных пособий	Коды формируемых компетенций
Б.1.	Гуманитарный, социальный и экономический цикл	60-85		
Б.1.1	Базовая часть	55-85		
	В результате изучения базовой части цикла студент должен: знать: основы гуманитарных, социальных, экономических дисциплин, отечественную историю, основы мировой и российской экономики, социологии, философии, культурологи, научные, философские, религиозные картины мира;		Русский язык и культура речи Иностранный (английский) язык Философия История Теория государства и права Микроэкономика Макроэкономика Политология	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОК-4 ОК-5 ОК-6 ОК-7 ОК-11 ОК-14 ПК-4 ПК-5 ПК-11

	<p>взаимодействие духовного и телесного, биологического и социального в человеке, его отношение к природе и обществу; движущие силы, поливариантность и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе и политической организации общества; нравственные обязанности человека; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; теоретические основы макро- и микроэкономики, функционирования коммуникаций в конкурентной среде; иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и профессиональном уровне;</p> <p>уметь: использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении; самостоятельно анализировать социально-политическую, экономическую и научную литературу; применять соответствующую терминологию;</p> <p>владеть: способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональных сферах, способностью к критике, самокритике и работе в коллективе.</p>		<p>Социология</p> <p>Общая и социально-политическая психология</p> <p>Логика и теория аргументации</p> <p>Культурология и религиоведение</p>	<p>ПК-29</p> <p>ПК-32</p>
Б.1.2.	Вариативная часть	0-30		
Б.2.	Математический и естественнонаучный цикл	9-19		

Б.2.1.	Базовая часть	8-19		
	<p>В результате изучения базовой части цикла студент должен:</p> <p>знать: основные понятия, методы и приемы математического анализа, теории вероятностей и математической статистики, информатики, компьютерных технологий;</p> <p>уметь: использовать в профессиональной деятельности математические методы; возможности вычислительной техники и программного обеспечения; создавать базы данных; использовать ресурсы Интернет;</p> <p>владеть: методами математического анализа; средствами компьютерной графики (ввод; вывод, отображение, преобразование и редактирование графических объектов на персональной электронно-вычислительной машине (ПЭВМ)); основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами; навыками составления статистических отчетов; навыками работы в компьютерной сети Интернет.</p>		<p>Математика</p> <p>Теория вероятностей и математическая статистика</p> <p>Компьютерные технологии и информатика</p>	<p>ОК-8</p> <p>ОК-10</p>
Б.2.2.	Вариативная часть	0-12		
Б.3.	Профессиональный цикл	120-140		
Б. 3.1.	Базовая часть (общепрофессиональная и специальная часть)	45-70		
	<p>В результате изучения базовой части цикла студент должен:</p> <p>знать: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; основные принципы, функции и приемы</p>		<p>Экономика России</p> <p>Региональные бизнес-коммуникации и промышленная политика</p>	<p>ОК-9</p> <p>ОК-12</p> <p>ПК-1</p> <p>ПК-2</p> <p>ПК-3</p> <p>ПК-4</p>

<p>менеджмента; принципы построения организационных структур и распределения функций управления; формы участия персонала в управлении; роль, принципы и функции маркетинга, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований; основы социологии и социологических исследований; основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес - этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности;</p> <p>уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;</p> <p>владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками поведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами на родном и иностранном языках, способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; методами коммуникации и кросс-культурном пространстве.</p>	<p>Основы менеджмента Основы маркетинга Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Информационное право Мировая художественная культура Социальная антропология Введение в специальность Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Управление интегрированными коммуникациями Управление проектами Экономика интегрированных коммуникаций Медиарилейшнз</p> <p>Медиапланирование Событийный менеджмент Бренд-менеджмент Основы теории коммуникации Теория и практика массовой информации Теория и практика информационно-аналитической работы Психология массовых коммуникаций Социология массовых коммуникаций Коммуникационный консалтинг Безопасность жизнедеятельности*</p>	<p>ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ПК-17 ПК-18 ПК-19 ПК-20 ПК-21 ПК-22 ПК-23 ПК-24 ПК-25 ПК-26 ПК-27 ПК-28 ПК-29 ПК-30 ПК-31 ПК-32 ПК-33 ПК-34</p>
---	---	--

Б.3.2.	Вариативная часть	15-22	Дисциплины выбираются в соответствии с профилем ОП	
Б.4.	Физическая культура	2 (не менее 400 часов)		ОК-13
Б.5.	Практика и (или) научно-исследовательская работа	20-30		ОК-3-4 ОК-7 ОК-10-11 ПК-1-34
	Практика, курсовая работа Проектный семинар			
Б.6	Итоговая государственная аттестация*	10-15		ОК-1-2 ОК-7-8 ПК-10 ПК-30 ПК-33-34
	Государственный экзамен по иностранному языку; Государственный экзамен по направлению подготовки Выпускная квалификационная работа (ВКР): подготовка и защита			
	Общая трудоемкость основной образовательной программы	240		

* Структура может быть изменена в зависимости от особенностей профиля ООП бакалавриата по данному направлению подготовки

7 ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ

7.1 Общие требования к условиям реализации основных образовательных программ

7.1.1 Перед началом разработки ООП определяется главная цель (миссия) 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 бакалавриата 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.

НИУ ВШЭ обязан ежегодно обновлять основные образовательные программы с учетом

развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.

7.1.2 При разработке ООП бакалавриата должны быть определены возможности НИУ ВШЭ в развитии общекультурных компетенций выпускников. НИУ ВШЭ обязан сформировать социокультурную среду, создать условия, необходимые для социализации личности.

7.1.3 Реализация компетентного 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 обучения профессиональным компетенциям, связанным с ведением тех видов деятельности, к которым готовится бакалавр (научно-исследовательской, организационно-управленческой, проектной, аналитической), для ООП бакалавра является научно-исследовательский семинар, продолжающийся на регулярной основе, к работе которого привлекаются ведущие исследователи и специалисты-практики, и являющийся основой корректировки индивидуальных образовательных траекторий бакалавров. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) ООП, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 40 % аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 40 % аудиторных занятий.

7.1.4. В учебные программы базовых дисциплин профессионального цикла должны быть включены задания, способствующие развитию компетенций профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник, в объеме, позволяющем сформировать соответствующие общекультурные и профессиональные компетенции.

7.1.5 ООП должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по циклам Б.1, Б.2 и Б.3. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает ученый совет вуза.

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 240 зачетных единиц и не обязательных для изучения обучающимися, определяется НИУ ВШЭ самостоятельно.

7.1.7 Средний по модулям объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения не может составлять более 24 академических часов.

7.1.8 Раздел "Физическая культура" трудоемкостью две зачетные единицы реализуется при очной форме обучения, как правило, в объеме не менее 400 часов, при этом объем практической, в том числе игровых видов, подготовки должен составлять не менее 360 часов.

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

7.1.10 НИУ ВШЭ обязан обеспечить обучающимся реальную возможность участвовать в

формировании своей программы обучения, включая возможную разработку индивидуальных образовательных программ.

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

7.1.12 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 профессиональную специфику при условии реализации содержания образования и формировании компетенций выпускника, определяемых настоящим ОС НИУ ВШЭ.

7.1.13 ООП бакалавра должна включать практические занятия по следующим дисциплинам базовой части: «Теория игр», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Бренд-менеджмент», «Теория и практика информационно-аналитической работы», а также по дисциплинам (модулям) вариативной части, рабочие программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся профессиональных компетенций.

7.1.14 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 траектории обучающиеся имеют право получить консультацию в НИУ ВШЭ по выбору дисциплин (модулей, курсов) 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, курсов) 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 бакалавриата. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

При реализации ООП по данному направлению подготовки предусматриваются следующие виды практик: *учебная и производственная.*

Конкретные виды практик и 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 бакалавриата и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями настоящего ОС НИУ ВШЭ и ООП. 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, составление программы исследования, 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 обсуждение в учебных структурах НИУ ВШЭ, позволяющее оценить уровень приобретенных знаний, умений и сформированных компетенций обучающихся.

7.3 Кадровое обеспечение учебного процесса

Реализация основной образовательной программы бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере не менее 10 лет и систематически занимающимися научной и/или научно-методической деятельностью. Не менее 60% преподавателей, обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, 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 10% преподавателей. К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла могут быть привлечены до 10% преподавателей из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений.

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 бакалавриата должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки к системе Интернет, к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) ООП.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 5 лет, из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

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 (печатным либо электронным, в том числе доступным по электронной подписке), состоящего не менее чем из 4 наименований отечественных и не менее 2 наименований зарубежных журналов из следующего перечня:

Российские издания:

- Социально-гуманитарные знания
- Советник
- Связи с общественностью в государственных структурах
- PR в России
- PR диалог
- Социология власти
- Рекламные идеи
- Сообщение
- Служба PR
- Пресс-служба
- Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations
- PR-news

Список профессиональных альманахов

- Пресс-секретарь
- Корпоративные СМИ
- Внутрикорпоративный PR
- Управление репутацией
- Связи с общественностью в бизнесе
- Связи с общественностью в государственных структурах
- PR при малом бюджете
- Маркетинг в условиях кризиса

- Маркетинг в пищевой промышленности
- Маркетинг в химической промышленности
- Маркетинг в машиностроении
- Продвижение
- Эффективный директ-мейл
- Эффективная работа на выставках
- Маркетинг при малом бюджете
- Маркетинг: сборник идей
- BTL-market

Ведущие иностранные источники

- The Holmes Report. <http://www.holmesreport.com/>
- O'Dwyer's. <http://www.odwyerpr.com/>
- Advertising Age. www.adage.com
- Pr week. www.prweek.com

Для обучающихся должна быть обеспечена возможность оперативного доступа к информации, размещённой отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями, обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

«Электронная Россия», Федеральная целевая программа: [http:// www.e-rus.ru](http://www.e-rus.ru); Business Week Online: [http:// www/businessweek.com](http://www.businessweek.com); Harvard Business Review: <http://hbr.com>; Энциклопедия «Википедия»: [http:// en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org); [http:// www. advertology.ru](http://www.advertology.ru); [http:// www. acarussia.ru](http://www.acarussia.ru); <http://www.sostav.ru>; <http://www.sovetnik.ru>; [http:// www. rbk.ru](http://www.rbk.ru)

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 финансирования высшего учебного заведения.

7.6 Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Университет, реализующий основную образовательную программу подготовки бакалавра, должен располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторной, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным

планом университета и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам. Минимально необходимый для реализации бакалаврской программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

- наличие компьютерного класса;
- наличие доступного для студента выхода в Интернет;
- наличие специально оборудованных кабинетов и аудиторий для мультимедийных презентаций.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Возможности компьютерного класса должны позволять каждому из студентов поработать на компьютере не менее 20 часов в год.

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 ООП бакалавриата 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 ООП (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 ОП.

Фонды оценочных средств должны быть полными и адекватными отображениями требований ОС НИУ ВШЭ по данному направлению подготовки, соответствовать целям и задачам ООП 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.

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 должен создать условия для максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций бакалавров 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

Итоговая государственная аттестация выпускника может состоять из нескольких итоговых аттестационных испытаний следующих видов:

- государственный экзамен по иностранному языку
- итоговый междисциплинарный экзамен по направлению подготовки (далее по тексту итоговый междисциплинарный экзамен).
- защита выпускной квалификационной работы.

Программа государственного экзамена разрабатывается НИУ ВШЭ. Для объективной оценки компетенций выпускника тематика экзаменационных вопросов и заданий должна быть комплексной и соответствовать избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные компетенции.

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 бакалавриата.

Выпускная квалификационная работа в соответствии с ООП бакалавриата выполняется в виде бакалаврской работы. Бакалаврская работа представляет собой самостоятельное законченное исследование на заданную (выбранную) тему, написанное лично выпускником под руководством руководителя, свидетельствующее об умении выпускника работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении профессиональной образовательной программы. Бакалаврская работа может основываться на обобщении выполненных выпускником курсовых работ и содержать материалы, собранные выпускником в период производственной практики.

9 СПИСОК ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ АКАДЕМИЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА И РАБОТОДАТЕЛЕЙ, ПРИНИМАВШИХ УЧАСТИЕ В РАЗРАБОТКЕ ОС НИУ ВШЭ

- С.А.Зверев – президент Компании развития общественных связей (КРОС)
- Н.В. Плотникова – руководитель проекта Компании развития общественных связей(КРОС)
- А.Ю. Мельвиль – декан факультета прикладной политологии НИУ ВШЭ, профессор, доктор философских наук
- М.Ю. Урнов – научный руководитель факультета прикладной политологии НИУ ВШЭ, профессор, доктор политических наук
- А.В. Можаяев – директор по стратегическому развитию УК КГ "ТВИГА" (TWIGACommunication Group)
- К.С. Оганджян – заместитель генерального директора УК КГ «ТВИГА»
- Н.В. Семина – директор по связям с общественностью BBDO Group
- А.Н. Алексеев – исполнительный креативный директор, член Совета Директоров "Eurasia Marketing Communication Group" (EMCG)
- Э.Г. Абрамян – доктор философских наук, профессор, Генеральный директор АНО «Центр обучения медицинских представителей»
- В.А. Касамара - доцент кафедры прикладной политологии, кандидат политических наук
- М.Г. Миронюк - заместитель декана факультета прикладной политологии НИУ ВШЭ, доцент, кандидат политических наук.
- З.А. Артюхина - заместитель декана факультета прикладной политологии НИУ ВШЭ.

Руководители базового учреждения - разработчика ОС НИУ ВШЭ:

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