

УТВЕРЖДЕН  
ученым советом  
Национального исследовательского университета  
Высшей школы экономики  
Протокол от 06.12.2013 г. № 50  
*В редакции 2019 г.<sup>1</sup>*

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

Уровень высшего образования:  
Магистратура

Направление подготовки:  
**42.04.05 Медиакоммуникации**

Квалификация:  
Магистр

Москва 2013

---

<sup>1</sup> Редакция проведена на основании решения о внесении технических правок КБ УМС НИУ ВШЭ от 23.11.2018г. Протокол №63

## I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

**1.1.** Настоящий образовательный стандарт высшего образования (ОС НИУ ВШЭ, стандарт) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ магистратуры (далее – программа магистратуры) по направлению подготовки **42.04.05 Медиакоммуникации** НИУ ВШЭ.

## II. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, 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:

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

*образовательная программа* – комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов;

*профессиональное образование* – вид образования, который направлен на приобретение обучающимися в процессе освоения основных профессиональных образовательных программ знаний, умений, навыков и формирование компетенции определенных уровня и объема, позволяющих вести профессиональную деятельность в определенной сфере и (или) выполнять работу по конкретной профессии или специальности;

*направление подготовки* – совокупность образовательных программ для магистров 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; единица учебного времени, часть учебного года, завершающаяся сессией.

*зачетная единица* – мера трудоемкости образовательной программы;

*результаты обучения* – усвоенные знания, умения и освоенные 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:

|        |  |
|--------|--|
| ВО     | высшее образование   |
| ОС     | НИУ образовательный стандарт федерального государственного   |
| ВШЭ    | автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» |
| ООП    | основная образовательная программа   |
| ПМ     | программа магистратуры, магистерская программа;  |
| СК     | системные компетенции  |
| ПК     | профессиональные компетенции   |
| УЦ ООП | учебный цикл основной образовательной программы  |

### **III. ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

**3.1.** Высшее образование по программам магистратуры в рамках данного направления подготовки (в том числе инклюзивное образование инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) может быть получено только в образовательных организациях. Получение высшего образования по программам магистратуры в рамках данного направления подготовки в форме самообразования не допускается.

**3.2.** Обучение по программам магистратуры в НИУ ВШЭ осуществляется в очной, очно-заочной формах.

**3.3.** Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц (з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы несколькими организациями,

осуществляющими образовательную деятельность, с использованием сетевой формы, реализации обучения по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения.

**3.4.**Срок получения образования по программе магистратуры данного направления подготовки для очной формы обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, независимо от применяемых образовательных технологий, составляет 2 года.

Объем программы магистратуры при очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

**3.5.** Сроком получения образования по магистерской программе данного направления подготовки для очной формы обучения является срок освоения студентом всех элементов образовательной программы и прохождения государственной итоговой аттестации.

**3.6.** Стандартный объем магистерской программы при очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е. Студент, осваивающий ежегодно в очной форме стандартный объем магистерской программы, завершает освоение образовательной программы за 2 года.

.Для очно-заочной формы обучения стандартный срок освоения образовательной программы может быть увеличен на 5 месяцев.

Объем программы бакалавриата за один учебный год в любой форме обучения не может составлять более 75 з.е.

**3.7.** При реализации программ магистратуры по данному направлению подготовки могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

**3.8.** При реализации программ магистратуры по данному направлению подготовки может применяться сетевая форма обучения.

#### **IV. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

**4.1.Область профессиональной деятельности выпускников программ магистратуры включает:**

- Творческие и управленческие структуры медиаорганизаций (печатных изданий, телевизионных каналов, радиостанций, интернет-СМИ, информационных агентств).
- Интернет-порталы, производственные телевизионные подразделения и компании, операторы кабельного телевидения, предполагающие наличие структур, производящих контент и управляющих производством контента.
- Сфера культурных индустрий, куда относятся производство кино- и телевизионных фильмов, создание мультимедийных медиапродуктов (в том числе видеоигр), книгоиздательский бизнес.
- Рекламные агентства, оказывающие посреднические услуги по размещению рекламы.
- Управляющие компании, владеющие медиаорганизациями, компаниями в сфере культурных индустрий, рекламными агентствами и др.
- Экспертные, отраслевые и государственные исследовательские организации, занимающиеся анализом медиаотрасли.
- Научные и образовательные структуры, готовящие специалистов в сфере медиа и ведущие прикладную и фундаментальную научную деятельность в этой сфере.

**Объектами профессиональной деятельности выпускников программ магистратуры являются:**

- Информационные и развлекательные материалы медиа, адресованные различным аудиторным группам, продукты индустрии развлечений (кино, музыка, видеоигры), распространяемые при помощи различных технических средств и по разным каналам, а также материалы, направленные на продвижение товаров, идей, начинаний, рекламируемые в интерактивной форме с привлечением технических и программных средств, а также посредством социальных обменов в электронных сетях передачи данных;
- Материально-технические средства, используемые при создании и распространении интерактивного, аудиовизуального, программного содержания;

- Творческие коллективы, создающие постановочные и документальные аудиовизуальные и интерактивные произведения, информационные материалы для медиа и индустрий развлечения;
- Информация коммерческого и аналитического свойства, предназначенная для реализации коммерческих и управленческих функций медиа и индустрии развлечений;
- Различные исследовательские данные, данные полевых исследований и т.д. для проведения научных исследований и разработок в области медиакоммуникации;
- Исследовательские и научные коллективы с целью разработки методов и инструментария исследований в области медиакоммуникации;
- Совокупность вышеуказанных объектов профессиональной деятельности.

**4.2. Виды профессиональной деятельности**, к которым готовятся выпускники программ магистратуры:

*Научно-исследовательская и преподавательская деятельность (НИД-Пед);*

*Организационно-управленческая деятельность (ОУД);*

*Аналитическая и экспертная деятельность (АЭД);*

*Профессионально-творческая и проектно-творческая деятельность (ПрТВД);*

*Редакторская деятельность (РедД).*

Научно-исследовательская и преподавательская деятельность – подготовка к данному виду деятельности включается в образовательный процесс всех специализаций направления с целью пробуждения научного интереса к тем или иным аспектам исследований медиа и вовлечения в научную деятельность. Научно-исследовательская деятельность может стать отдельной специализацией для программ подготовки магистра с целью его дальнейшей работы в аналитико-экспертной среде либо с целью продолжения обучения в аспирантуре.

Организационно-управленческая деятельность – подготовка магистров к этому виду деятельности ведется в рамках менеджеральных специализаций (менеджмент в СМИ, медиапроизводство, продюсирование телепроизводства и т.д.) и направлена на формирование управленческих

компетенций для руководства творческим персоналом медиакомпаний, а также для руководства в целом компаниями. Организационно-управленческая деятельность характерна для профессиональных задач генерального директора, директор по развитию, директора стартапа, продюсера, менеджера проекта, менеджера по работе с клиентами, старшего менеджера по работе с клиентами, руководителя студии, видеопродюсера.

Аналитическая и экспертная деятельность – подготовка к данному виду деятельности ведется с акцентом на анализ медиасреды в целях применения управленческого воздействия и выработки норм регулирования. Данный вид деятельности предполагает подготовку магистров к консультированию, экспертизе и разработке рекомендаций для тех или иных игроков медиаотрасли: медиахолдинги, отдельные СМИ, продюсерские центры, рекламодатели и рекламные агентства и т.д. В первую очередь данный вид деятельности характерен для профессиональных задач эксперта-консультанта, исследователя-аналитика, задействованного в отраслевой аналитической работе (министерства, ведомства, медиаизмерители, ассоциации и т.д.).

Профессионально-творческая и проектно-творческая деятельность – подготовка магистров к этому виду деятельности предполагает преимущественно ориентацию образовательных программ на развитие креативных способностей, умение работать в команде и организовывать работу над проектом. Данный вид деятельности характерен для профессиональных задач менеджеров среднего уровня (руководители отдельных коллективов/ сотрудников): редакторов определенных направлений, продюсеров, программных директоров, креативных продюсеров кино и телевидения, а также продюсеров видео для объединенных мультимедийных редакций, мультимедиа-продюсеров и т.д. Подготовка к нему может реализовываться в различных специализациях.

Редакторская деятельность – подготовка магистров к этому виду деятельности предполагает выполнение ими задач, связанных с обработкой, правкой, подготовкой к публикации текстов, аудиовизуальных произведений, мультимедийных материалов различного типа. Данный вид

деятельности характерен для профессиональных задач редактора, бильд-редактора, продюсера, ведущего телевидения, радио.

При разработке и реализации программ магистратуры образовательная организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится магистр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса НИУ ВШЭ.

**4.3.** Выпускник программ магистратуры в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие **профессиональные задачи:**

***научно-исследовательская и преподавательская деятельность***

- Проводить теоретический и эмпирический анализ медиакommunikации;
- Ориентироваться в подходах и научных школах изучения медиа;
- Планировать и организовать научные исследования;
- Разрабатывать собственный научный проект, руководить им и представлять его результаты.
- Осуществлять учебно-методическую деятельность;
- Разрабатывать интерактивные формы заданий и семинарских занятий, применять их в образовательном процессе;
- Вести лекции и семинарские занятия;
- Готовить презентационные и методические материалы, в том числе с использованием средств дистанционного обучения, для сопровождения учебного процесса.

***организационно-управленческая деятельность:***

- На основе аналитической информации, используя соответствующие методы анализа, разрабатывать план развития организации и определять цели ее развития;
- Разрабатывать концепцию СМИ и его содержания;
- Вести текущее планирование в соответствии с общефирменными целями и стратегией;
- Организовать и координировать деятельность подразделений, распоряжаться и принимать решения;



- Осуществлять руководство персоналом, управлять мотивацией творческих и иных сотрудников;
- Контролировать выполнение плановых показателей и анализировать отклонения от плана, а также формировать управленческое воздействие с целью избежать отклонений от плановых показателей;
- Пользуясь аудиторными показателями, определять стратегию развития медиапродуктов;
- Руководить проектами в области медиакommunikаций, осуществлять планирование, контроль за исполнением проекта, распределять задачи по времени.

***аналитическая и экспертная деятельность:***

- Создавать временные аналитические группы для реализации аналитических проектов;
- Реализовать аналитические проекты на основе задач и ключевых менеджерских решений, а также стратегий развития медиакомпаний;
- Решать менеджерские аналитические задачи, пользуясь комплексом прикладных методов и с использованием необходимых источников данных в сфере медиа;
- Осуществлять экспертизу медиасодержания, медиаструктур (в том числе с позиций менеджмента), коммуникативных каналов, перформативности рекламных сообщений и т. д., пользуясь набором экспертных методов;
- Планировать трудозатраты и ресурсы и организовать работу над аналитическими проектами, пользуясь арсеналом аналитических методов;
- Представлять проекты и их результаты целевой аудитории и заказчикам.
- Преобразовывать исследовательские результаты в практические рекомендации для воплощения;
- Вести переговоры с клиентами, обсуждать условия проведения экспертиз, организовывать работу по поиску клиентов и подготовке коммерческих и экспертных предложений, НИР.

***профессионально-творческая и проектно-творческая деятельность:***

- Генерировать идеи и информационные поводы для создания контента;
- Участвовать в разработке и производстве творческих проектов аудиовизуальной, музыкальной отраслей, отрасли мультимедийного контента;
- Осуществлять технологическое творчество в ходе реализации аудиовизуальных, музыкальных и интерактивных творческих проектов.
- Осуществлять интеграцию/агрегацию/режиссирование контента, созданного различными творческими работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам с целью последующего обнародования в форме публикации/передачи в эфир;
- Применять на практике методы исследований для последующего принятия на основе результатов исследований и аналитической деятельности управленческих решений;
- Создавать временные творческие коллективы для выполнения отдельных творческих задач в сфере медиа и руководить ими;
- Распределять, координировать и контролировать работу в творческих группах;
- Создавать проектные задачи для творческих коллективов, оценивать деятельность творческих работников, определять ее потенциальную привлекательность для отрасли и принимать соответствующие корректирующие решения.
- Управлять технической деятельностью медиаорганизаций, интерактивных проектов, творческих аудиовизуальных проектов, мультимедийных студий, электронных издательских площадок и т.п.;
- Разрабатывать технические требования к реализации того или иного вида контента, осуществлять взаимодействие с техническими службами и подразделениями при оцифровке контента, его подготовке к трансляции по телекоммуникационным каналам;
- Заниматься компоновкой материалов печатных и интерактивных медиа с использованием технических средств;
- Разрабатывать технические требования к интерактивному контенту в виде компьютерных и видеоигр, осуществлять руководство их созданием путем координации действий творческих и технических подразделений и

принятия решений в сфере концепции и организации работы по созданию новых медиапродуктов;

- Разрабатывать технологические проекты модернизации оборудования организации в сфере медиа, осуществлять руководство стратегическим технологическим планированием.

***редакторская деятельность:***

- Обрабатывать, править и готовить к публикации тексты, аудиовизуальные произведения, мультимедийные материалы в том числе специализированного характера ;
- Обеспечивать иллюстративную и аудиовизуальную составляющую медиапроизводства, подбирать фотографии, заказывать иллюстрации и информационную графику.

**V. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ  
МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ  
42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

**5.1.** В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы системные и профессиональные компетенции.

**5.2.** Выпускник программы магистратуры должен обладать следующими **компетенциями:**

**5.2.1. Системными**

| <b>Код компетенции</b> | <b>Формулировка компетенции</b>   |
|------------------------|---|
| СК-1                   | Способен рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности                                      |
| СК-2                   | Способен предлагать концепции, модели, изобретать и апробировать способы и инструменты профессиональной деятельности                      |
| СК-3                   | Способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности |
| СК-4                   | Способен совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры |

|      |   |
|------|---|
| СК-5 | Способен принимать управленческие решения, оценивать их возможные последствия и нести за них ответственность  |
| СК-6 | Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности |
| СК-7 | Способен организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею  |
| СК-8 | Способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде  |

Поскольку в рамках направления подготовки «Медиакоммуникации» возможна реализация программ магистратуры как в области конкретных видов творческой деятельности в медиасреде, так и по аналогу с зарубежными программами по *mediastudies*, в настоящем стандарте компетенции имеют обе опции.

### 5.2.2. профессиональными (ПК):

| Код компетенции             | Формулировка компетенции  |
|-----------------------------|---|
| <b>Общепрофессиональные</b> |   |
| ПК-1                        | Способен задавать, транслировать правовые и этические нормы в профессиональной и социальной деятельности, в том числе посредством участия в общепрофессиональных союзах журналистов, деятелей культуры, руководителей СМИ и т.д.        |
| ПК-2                        | Способен использовать социальные и мультикультурные различия для решения проблем в профессиональной и социальной деятельности, с учетом норм толерантности и непредвзятости в освещении событий и руководствуясь общественным интересом |
| ПК-3                        | Способен определять, транслировать общие цели в профессиональной и социальной деятельности  |
| ПК-4                        | Способен к осознанному выбору стратегий межличностного взаимодействия в процессе профессионального общения с коллегами, партнерами и ньюсмейкерами (героями публикаций и журналистских материалов).                                     |
| ПК-5                        | Способен разрешать мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы   |
| ПК-6                        | Способен строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности и общественного интереса, а также общественно-ориентированной миссией профессий,                            |

|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | связанных с медиакоммуникацией   |
| ПК-7                    | Способен порождать принципиально новые идеи и продукты, обладает креативностью, инициативностью  |
| ПК-8                    | Способен создавать, описывать и ответственно контролировать выполнение технологических требований и нормативов в профессиональной деятельности   |
| ПК-9                    | Способен организовать собственную профессиональную деятельность на основе правовых норм и профессиональных обязанностей  |
| ПК-10                   | Способен воспринимать тексты медиа с точки зрения их перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств).   |
| <b>Профессиональные</b> |  |
| ПК-11                   | Способен создавать и обрабатывать тексты на одном или нескольких иностранных языках для целей профессионального и научного общения   |
| ПК-12                   | Способен использовать методы, методики и приемы для презентации результатов проектно-аналитических, научно-исследовательских, аналитических, экспертно-консультационных задач.   |
| ПК-13                   | Способен использовать информационно-коммуникационные технологии для поиска и обработки информации и презентации результатов научных и аналитических проектов, для сетевой коммуникации в профессиональных целях, а также для работы с базами данных.                               |
| ПК-14                   | Способен работать с базами данных и размещенными в открытом доступе материалами государственных структур, международных организаций, корпоративной отчетностью фирм и финансовых институтов  |
| ПК-15                   | Способен создавать компьютерные презентации с использованием иллюстративных средств и визуализации для представления результатов научной, проектно-аналитической, аналитической, экспертно-консультационной деятельности, а также для визуализации преподавательской деятельности. |
| ПК-16                   | Способен описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук для решения проблем на стыке наук, в том числе для студенческой аудитории для целей преподавания   |
| ПК-17                   | Способен описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат экономической науки для решения менеджеральных задач в  |

|       |   |
|-------|---|
|       | области медиабизнеса  |
| ПК-18 | Способен пользоваться современными компьютерными инструментами для анализа: пакетами статистического анализа данных, пакетами анализа аудиторных показателей, средствами автоматизации процесса планирования в редакции, пакетов для управления проектами, средствами создания графических схем, линейных графиков, диаграмм, презентаций |
| ПК-19 | Способен разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды)   |
| ПК-20 | Способен прогнозировать предпочтения медиааудитории и развитие рынка.   |
| ПК-21 | Способен, применяя необходимые методологические инструменты, разрабатывать, организовать и возглавить разработку стратегии развития медиакомпания, включая постановку целей, разработку дерева целей и т.д., а также бизнес-планов и концепций развития медиакомпаний   |
| ПК-22 | Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов  |
| ПК-23 | Способен организовать и координировать работу, распоряжаться, принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных, осуществлять план-фактный контроль, анализировать отклонения   |
| ПК-24 | Способен организовать продажу рекламных возможностей различных медианосителей   |
| ПК-25 | Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов   |
| ПК-26 | Способен формировать вещательные сетки для телевидения и радио на основе аудиторных данных, а также макеты печатных изданий   |
| ПК-27 | Способен создавать проектные задачи для творческих коллективов, распределять задачи между творческими работниками и оценивать их деятельность   |
| ПК-28 | Способен использовать инструменты бюджетирования для финансового управления медиакомпаниями   |
| ПК-29 | Способен применять прикладные методы анализа для принятия управленческих решений и системного руководства медиапредприятием   |
| ПК-30 | Способен осуществлять мотивацию сотрудников творческих подразделений медиакомпаний с учетом специфики   |

|       |  |
|-------|--|
|       | творческого характера труда  |
| ПК-31 | Способен оценивать творческую продукцию, ее потенциальную привлекательность для рынка  |
| ПК-32 | Способен одновременно реализовывать творческие, организаторские, технические и маркетинговые задачи.   |
| ПК-33 | Способен создавать продюсерский план производства проекта.   |
| ПК-34 | Способен создавать юридическую и экономическую документацию, сопровождающую проект (касающуюся авторского права, разрешения на съемки, договоров и контрактов с временными членами творческого коллектива)     |
| ПК-35 | Способен руководить деятельностью творческих и технических структур в процессе работы над творческими проектами в том числе посредством создания необходимых технических требований, регламентов, стандартов   |
| ПК-36 | Способен анализировать медиарынки и проводить диагностику внутренних систем медиапредприятий   |
| ПК-37 | Создавать медиаконтент для его публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов на государственном языке   |
| ПК-38 | Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов                         |
| ПК-39 | Способен создавать в сотрудничестве с дизайнерами инфографические изображения (как статические, так и динамические).   |
| ПК-40 | Способен работать с необходимым для сбора информации технологическим оборудованием: устройствами аудиозаписи, видеокамерами, на базовом уровне осуществлять видеосъемку и операторскую работу, фотографировать |
| ПК-41 | Способен взаимодействовать с аудиторией с использованием современных форм сетевой коммуникации: блогов, социальных сетей и т. д.   |
| ПК-42 | Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты   |
| ПК-43 | Способен обрабатывать тексты массовой коммуникации и готовить их для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов на государственном языке                            |
| ПК-44 | Способен руководить техническим проектированием и модернизацией организаций в сфере массовой коммуникации, согласно стратегии развития этих  |

|   |   |
|---|---|
|   | организаций и стоящими творческими задачами   |
| ПК-45   | Способен технически координировать процесс создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах |
| ПК-46   | Способен проектировать информационные и программные продукты, вырабатывать их концепции, используя знания в области архитектуры, алгоритмов и принципов их создания, а также знания и навыки в области творческой разработки медиапродуктов |
| Для подготовки к конкретным видам профессиональной деятельности профессиональные компетенции формируются комплексно:  |   |
| В научно-исследовательской деятельности - ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19   |   |
| В организационно-управленческой деятельности - ПК-14, ПК-16, ПК-17, ПК-18, 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, ПК-35, ПК-44, ПК-46 |   |
| В аналитической и экспертной деятельности - 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-31, ПК-36  |   |
| В профессионально-творческой и проектно-творческой деятельности - ПК-11, ПК-16, ПК-17, ПК-20, ПК-27, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33, ПК-35, ПК-37, ПК-38, ПК-39, ПК-40, ПК-41, ПК-42, ПК-45                 |   |
| В редакторской деятельности - ПК-11, ПК-14, ПК-16, ПК-37, ПК-38, ПК-39, ПК-40, ПК-41, ПК-43   |   |

**5.3.** При проектировании программы магистратуры образовательная организация обязана включить в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры все системные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована данная программа магистратуры.

**5.4.** При проектировании программы магистратуры НИУ ВШЭ самостоятельно устанавливает требования к результатам обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам с учетом требований примерных основных образовательных программ.



## VI. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

**6.1.** Структура программы магистратуры включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возможность реализации программ магистратуры, имеющих различную направленность (профиль) образования в рамках одного направления подготовки (далее – направленность (профиль) программы).

**6.2.** Основные образовательные программы магистратуры предусматривают изучение (табл. 1) следующих учебных циклов:

- М.1 – цикл общих дисциплин направления;
  - М.2 – цикл дисциплин программы;
- и разделов:
- М.3 – практики и научно-исследовательская работа;
  - М.4 – государственная итоговая аттестация.

### Структура программы магистратуры

Таблица 1

| Структура программы магистратуры |  | Объем<br>в зачетных<br>единицах  | Коды<br>формируемых<br>компетенций |
|----------------------------------|--|--|------------------------------------|
| М.1.                             | <b>Цикл общих дисциплин направления</b>  | <b>14</b>  |                                    |
|                                  | <b>Базовая часть</b>   | <b>14</b>  |                                    |
|                                  | В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:<br><b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные научные направления в области исследования массовых коммуникаций, базовые принципы функционирования медиа как субъекта творческой и экономической деятельности, ориентироваться в исторических аспектах развития медиа в обществе, знать экономическую специфику отличия медиа от других видов креативных индустрий.</li> <li>• правовые и этические нормы, регулирующие</li> </ul> | <i>Примерные названия дисциплин:</i><br>История и теория медиа<br>Экономика медиа<br>Правовые основы медиа<br>Технологии медиапроизводства | По выбору ОП                       |

|     |   |              |              |
|-----|---|--------------|--------------|
|     | <p>профессиональную деятельность медиасообщества.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>классифицировать теории массовых коммуникаций сообразно применяемым ими методам исследований, идентифицировать тенденции зарубежных медиарынков, учитывать их в принятии менеджеральных решений реализовывать одновременно творческие, организаторские, технические и маркетинговые задачи при создании аудиовизуальных проектов.</li> </ul>  |              |              |
| М.2 | <b>Цикл дисциплин программы</b>   | <b>52-58</b> |              |
|     | <b>Базовая часть</b>  | 26           |              |
|     | Планируемые результаты освоения определяются ОП   |              |              |
|     | <p><b>Вариативная часть, включая дисциплины по выбору</b></p> <p>Планируемые результаты освоения определяются ОП с учетом основных требований, что выпускник должен:</p> <p><i>для специализаций, связанных с медиаменеджментом и управлением проектами:</i></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>основы функционирования экономической, политической систем общества, источники информации и регулярные виды отчетности, публикуемые компаниями, государствами, международными организациями, отраслевыми структурами</li> <li>принципы управления медиаорганизациями и специфику управления такими структурами в сравнении с другими видами бизнеса</li> <li>особенности управления творческими коллективами и методы мотивации</li> </ul> | 26-32        | По выбору ОП |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>творческого персонала</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов</li> <li>• создавать стратегии, бизнес-планы, бюджеты и финансовые планы, концепции медиа, маркетинговые стратегии программные сетки и т.п.</li> <li>• управлять контентом, доходностью, коммерческим отделом, редакционными и творческими структурами</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• иностранным языком не только в рамках общей лексики, но и профессиональной лексики своей специализации</li> <li>• компьютерными программными пакетами для управления проектами, статистическими пакетами, системами распределения обязанностей в редакции и управления технологическим процессом производства</li> <li>• навыками применения источников данных о рынках</li> <li>• методами стратегического, маркетингового, организационного анализа медиакомпаний;</li> </ul> <p><i>для теоретических специализаций в области медиааналитики и научного анализа медиа:</i></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основы функционирования экономической, политической систем общества, источники информации и регулярные</li> </ul> |  |  |
|--|--|--|--|

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p>виды отчетности, публикуемые компаниями, государствами, международными организациями, отраслевыми структурами</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• структурировать выступления, деловые предложения, тезисы дебатов, обладать навыками системного представления результатов исследований, собственных мыслей и т.д.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• управлять научными и исследовательскими группами</li> <li>• анализировать деятельность СМИ в ее структурном, смысловом и аудиторном аспектах</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• иностранным языком не только в рамках общей лексики, но и профессиональной лексики своей специализации</li> <li>• программными пакетами обработки данных и организации исследований</li> <li>• основными методами анализа медиа</li> </ul> <p><i>для программ, связанных с управлением творческим производством (медиапроизводство)</i></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• технологии работы в мультимедийных и специализированных редакциях медиа, принципы их организации, систему жанров основных видов медиаплатформ</li> <li>• принципы управления медиаорганизациями и специфику управления такими структурами в сравнении с другими видами бизнеса</li> </ul> |  |  |
|--|---|--|--|

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• особенности управления творческими коллективами и методы мотивации творческого персонала</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать новые виды жанров и форматов продукции средств массовой коммуникации, производить творческие пилотные проекты</li> <li>• управлять временными творческими коллективами</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• иностранным языком не только в рамках общей лексики, но и профессиональной лексики своей специализации</li> <li>• техническими средствами записи и обработки информации, методами поиска информации</li> <li>• первичными навыками обработки видео, аудио и фотоизображений, включая монтаж и коррекцию, с использованием современного компьютерного оборудования</li> <li>• компьютерными программными пакетами для управления проектами, статистическими пакетами, системами распределения обязанностей в редакции и управления технологическим процессом производства;</li> </ul> <p><i>для технических специализаций:</i></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные положения теории баз данных, хранилищ данных, витрин данных, баз знаний, концептуальные, логические и физические модели данных;</li> <li>• структуру состав и свойства информационных</li> </ul> |  |  |
|--|--|--|--|

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p>процессов, систем и технологий, методы анализа информационных систем, модели представления проектных решений;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные виды и процедуры обработки информации, модели и методы решения задач обработки информации (генерация отчетов, поддержка принятия решений, анализ данных, искусственный интеллект, обработка изображений);</li> <li>• техническое оборудование в аудиовизуальных индустриях; принципы организации баз данных; программные комплексы сопровождения проектов; программные комплексы в области технического проектирования</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проектировать системы хранения контента, электронных библиотек, хранилищ; разрабатывать информационно-логическую, функциональную и объектно-ориентированную модели информационной системы, модели данных информационных систем; разрабатывать документацию и концепции программных продуктов в сфере игровой индустрии, в сфере виртуальных визитов, презентаций и т.д.;</li> <li>• планировать техническую инфраструктуру для решения творческих задач в интерактивных индустриях; использовать программные средства для координации работы творческих коллективов; создавать презентации проектов</li> </ul> |  |  |
|--|---|--|--|

|     |   |  |              |
|-----|---|--|--------------|
|     | <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками технического анализа информационных систем, контентных баз данных, информационных хранилищ, мультимедийных приложений и программных продуктов;</li> <li>• навыками проектирования концепций программных и интерактивных продуктов; навыками разработки и проектирования технологической инфраструктуры</li> </ul>  |  |              |
| М.3 | <p><b>Практики и научно-исследовательская работа</b></p> <p>Производственная практика для медиаменеджеров, медиапродюсеров и технических специалистов.</p> <p>Научно-исследовательская или педагогическая практика для медиааналитиков, медиаисследователей</p> <p>Научный семинар (медиааналитиков, медиаисследователей, медиаменеджеров)</p> <p>Подготовка ВКР</p> <p>Проектный семинар (Для специалистов по творческому производству, технических специалистов и медиаменеджеров)</p> <p>Междисциплинарная курсовая работа<sup>2</sup></p> | <p><b>42-48</b></p> <p>В тч. не менее 18</p> | По выбору ОП |
| М.4 | <p><b>Государственная итоговая аттестация</b></p> <p>защита выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)</p>  | <b>6</b>                                     | По выбору ОП |
|     | <b>Общая трудоемкость основной образовательной программы</b>  | <b>120</b>                                   |              |

<sup>2</sup> Необходимость данного вида учебной деятельности определяется ОП

*Учебный план образовательной программы может содержать другие названия дисциплин при условии сохранения предметного поля.*

**6.3.** Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы магистратуры, являются обязательными для освоения обучающимся независимо от направленности (профиля) программы, которую он осваивает.

**6.4.** В раздел «Практики и научно-исследовательская работа» входят производственная, научно-исследовательская, педагогическая (на выбор ПМ) практики, при этом научно-исследовательская практика предполагает прохождение практики в исследовательских организациях, лабораториях, отраслевых организациях и связана с выполнением научных и экспертно-аналитических задач и освоением прикладных и теоретических методов исследований; педагогическая практика предполагает освоение в ходе практики образовательных и методических технологий, необходимых для ведения преподавательской деятельности по профилю: в школах и образовательных центрах, а также университетах с целью повышения медиаграмотности)

Способы проведения практики (по выбору магистерской программы):

Стационарная, выездная, полевая (то есть предполагается, что каждый из видов практики может быть сопряжен как с производственным процессом в организации, так и с выездом для выполнения таких задач за пределами организации, а также для выполнения научных исследований может применяться полевая форма, предполагающая сбор информации для определенных исследовательских задач).

Разработчики программы вправе выбрать один или несколько видов практик, а также установить дополнительный вид (тип) практик и способы их проведения в соответствии с типами задач профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована образовательная программа.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик согласуется с требованием их доступности для данных категорий обучающихся.

**6.5.** В раздел МЗ «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы (ВКР), включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.



**6.6.** В случае реализации программ магистратуры с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий проведение практик и государственных аттестационных испытаний с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий не допускается.

**6.7.** При проектировании и реализации программ магистратуры НИУ ВШЭ должен обеспечить обучающимся возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору, в том числе специализированных адаптационных дисциплин (модулей) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

**6.8.** Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении программ магистратуры в очной форме обучения составляет 16 академических часов; при реализации обучения по индивидуальному плану, в том числе ускоренного обучения, максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю устанавливается образовательной организацией самостоятельно.

**6.9.** Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа, должно составлять не более 40 % от общего количества часов аудиторных занятий.

**6.10.** Порядок проектирования и реализации программ магистратуры определяются образовательной организацией на основе:

- Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;
- Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;
- Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования.

## **VII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

Общесистемные требования к реализации программ магистратуры, а также требования к материально-техническому и учебно-методическому

обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программ магистратуры устанавливаются в соответствии с требованиями действующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по данному направлению подготовки.

## **VIII. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

**8.1.** Ответственность за обеспечение качества подготовки обучающихся при реализации программ магистратуры, получения обучающимися требуемых результатов освоения программы несет НИУ ВШЭ.

**8.2.** Внешнее признание качества программ магистратуры и их соответствия требованиям рынка труда и профессиональных стандартов (при наличии), устанавливается процедурой профессионально-общественной аккредитации образовательных программ.

**8.3.** Оценка качества освоения программ магистратуры обучающимися включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую (государственную итоговую) аттестацию.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по каждой дисциплине (модулю) и практике устанавливаются образовательной организацией самостоятельно (в том числе особенности процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) и доводятся до сведения обучающихся в сроки, определенные в локальных актах НИУ ВШЭ.

**8.4.** Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся НИУ ВШЭ создает фонды оценочных средств, позволяющие оценить достижение запланированных в образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к задачам их будущей

профессиональной деятельности, НИУ ВШЭ должен создать условия для привлечения к процедурам промежуточной аттестации, а также экспертизе оценочных средств внешних экспертов – работодателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), а также преподавателей смежных образовательных областей, специалистов по разработке и сертификации оценочных средств.

**8.5.** Обучающимся должна быть предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы отдельных преподавателей.

**8.6.** Государственная итоговая аттестация в качестве обязательного государственного аттестационного испытания включает защиту выпускной квалификационной работы.

НИУ ВШЭ самостоятельно определяет требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы.

НИУ ВШЭ определяет требования к процедуре проведения государственных аттестационных испытаний на основе Порядка проведения Государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, в том числе с учетом особенностей этих процедур для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

**Список экспертов, участвовавших в разработке ОС НИУ ВШЭ:**

**Кирия И.В.**, профессор департамента медиа Факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ

**Новикова А.А.**, профессор департамента медиа Факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ

**Качкаева А.Г.**, профессор департамента медиа Факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ

**Исаев Е.М.**, методист департамента медиа Факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ