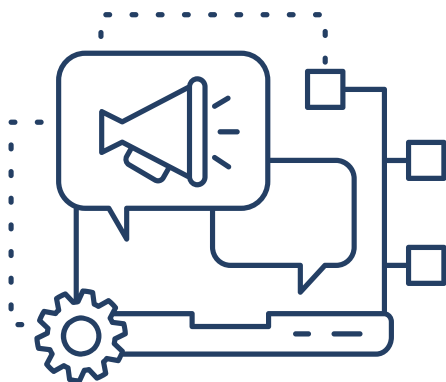




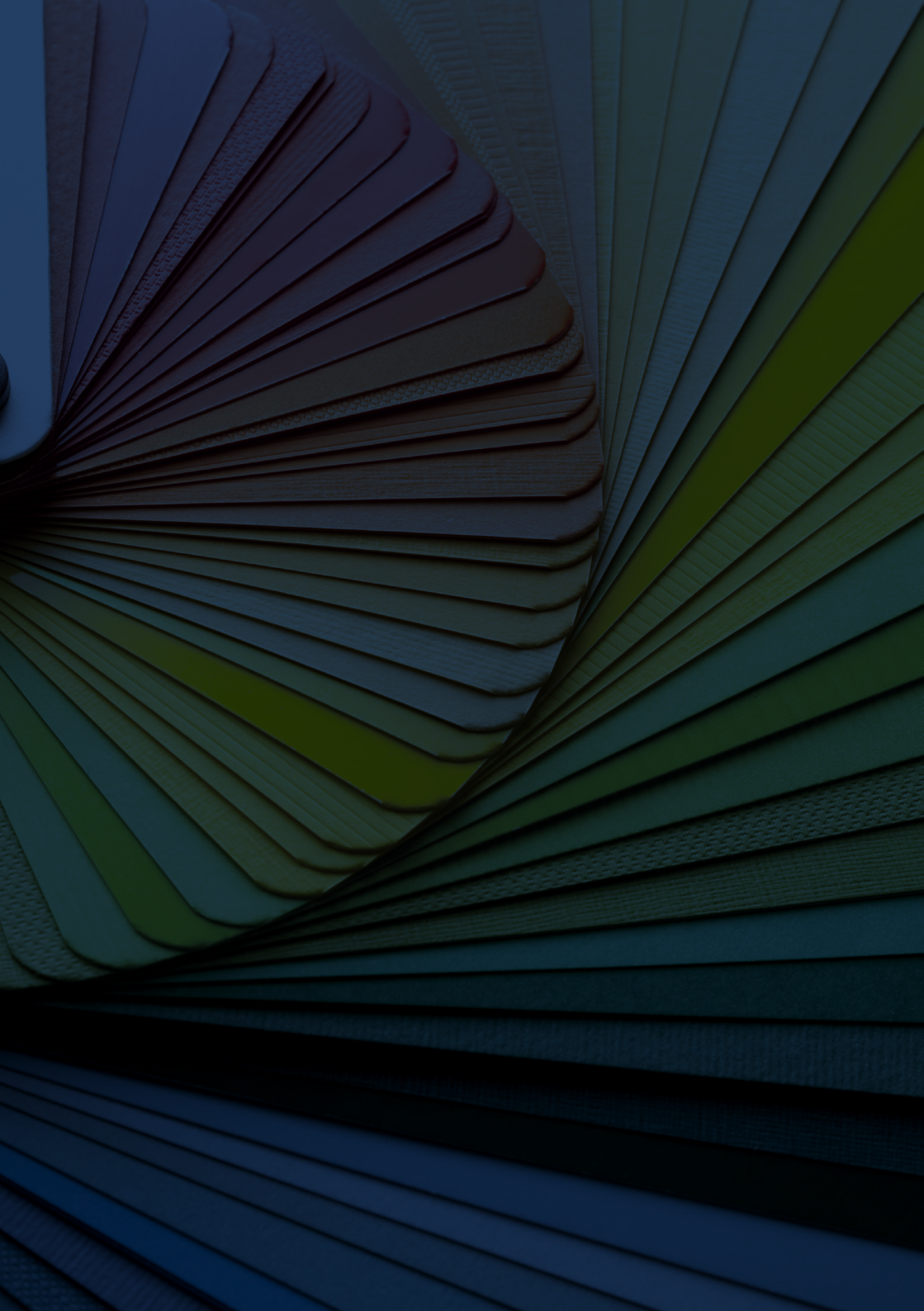
Высшая школа  
экономики

Факультет коммуникаций,  
медиа и дизайна

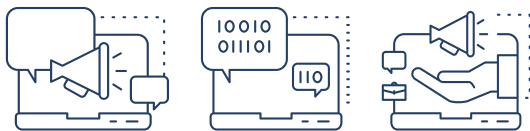


# Сборник департамента интегрированных коммуникаций









## СОДЕРЖАНИЕ

04      **Интегрированные коммуникации**

---

08      **Коммуникации, основанные на данных**

---

12      **Коммуникации в государственных структурах  
и НКО**

---

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна  
в мировых рейтингах

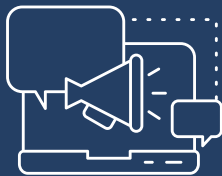


С 2019 года Вышка входит в рейтинг  
**THE World University Rankings  
by Subject** в группе **201-250**  
по предмету **Arts & Humanities**.



Вышка входит в рейтинг  
**QS – World University Rankings  
by Subject** в группе **151-200**  
по предмету **Communication &  
Media Studies**.





Магистерская программа

## Интегрированные коммуникации

### Информация о приеме

Бюджетные  
места

**15**

Платные  
места

**20**

Платные места  
для иностранцев

**2**

Поступление  
по итогам  
олимпиад



Направление подготовки:  
42.04.01 – Реклама и связи с общественностью



Продолжительность обучения: 2 года



Форма обучения: очная



Диплом: магистр по направлению  
«Реклама и связи с общественностью»



Язык: русский



Адрес: г. Москва, Малый Трехсвятительский пер., д. 8/2, стр. 1

Тел.: +7 (495) 772 9590 \*22856

Каширских Олег Николаевич

E-mail: kesh@hse.ru

Санакова Торколой Юрьевна

E-mail: tsanakova@hse.ru

hse.ru/ma/incom





Руководитель магистерской программы  
**Каширских Олег Николаевич**

## О программе

Основной целью магистерской программы «Интегрированные коммуникации» является развитие компетенций, необходимых для успешной практической деятельности в области управления коммуникационными процессами в сфере связей с общественностью и рекламы.

Знания, которые обеспечивает магистерская программа, предназначены прежде всего для решения практически ориентированных задач в контексте взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества и направлены на разработку и реализацию эффективных коммуникационных стратегий в контексте повышения рыночной и общественной значимости их заказчиков.

Прикладной, проектно-ориентированный характер программы обеспечивается прежде всего сотрудничеством с компаниями и агентствами, занимающими лидирующие позиции на рынке консультирования корпоративных и государственных агентов в области изучения и управления коммуникациями.

## Учебные курсы

Преподавание дисциплин, направленных на формирование знаний, необходимых для обретения навыков самостоятельного исследования («Теория современной коммуникативистики», «Количественные и качественные методы исследования PR и рекламы»), сопровождается изучением большого количества дисциплин прикладного характера, которые преподают опытные специалисты-практики.

## Учебные дисциплины

- Антикризисные коммуникации
- Внутренние коммуникации
- Медиа и технологические вызовы
- Планирование и реализация кампаний в области рекламы и СО
- Экосистема цифровых коммуникаций



## Проектно-исследовательский семинар

Проектно-исследовательский семинар способствует постижению основ проектной работы в соответствии с запросами коммуникационной индустрии. Студенты изучают современные подходы к управлению проектами, управление рисками в проектах, мотивацию проектных команд, создание проектных офисов в компании, гибкие методологии управления проектами. Семинар способствует накоплению необходимых знаний о проектной работе для успешного обучения на программе и развития профессиональных компетенций.

## Особенности программы

«Интегрированные коммуникации» - это возможность получить образование в сфере рекламы и связей с общественностью в самом широком контексте его практической значимости на рынке коммуникационной индустрии. Подбор курсов программы отличается широкой вариативностью подходов к изучению указанного направления с целью создания максимальных возможностей для самореализации в свете последних изменений на рынке труда. Программа предоставляет возможность получить образование в сфере коммуникаций с учетом их интегрированного характера

и делает это образование максимально практико-ориентированным.

Программа постоянно адаптирует содержание своих курсов под новейшие тренды коммуникационной индустрии. Этому способствует большое количество (70% от всего преподавательского состава) преподавателей – представителей коммуникационной индустрии. Их непосредственная связь с рынком позволяет им быть проводниками последних требований индустрии, а нашим студентам дает преимущества при трудоустройстве.

## Компетенции выпускников

- Способность осуществлять руководство коммуникационными кампаниями в корпоративном, государственном и третьем секторе
- Знание структуры и логики функционирования современных медиа и интернет-коммуникаций, способность руководить процессом медиапланирования и медиамаркетинга
- Навыки устного и письменного коммуницирования, оценивания и анализа информации в различных медиа, включая печатные, аудиовизуальные и цифровые



- Способность демонстрировать навыки анализа и решения практических задач в сфере формирования PR и рекламных стратегий
- Способность управлять коммуникациями в области организационных коммуникаций
- Знание основных теорий и исследовательских подходов в области коммуникативистики

## Ведущие преподаватели

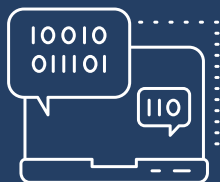
- **Каширских О.Н.,** PhD, руководитель магистерской программы «Интегрированные коммуникации»
- **Можаев А.В.,** к.э.н., профессор
- **Martin Emmer,** Prof. Dr. (Freie Universitaet Berlin)
- **Зверев С.А.,** руководитель департамента интегрированных коммуникаций факультета коммуникаций, медиа и дизайна

А также целый ряд специалистов-практиков с преподавательским опытом из различных бизнес-организаций и социологических институтов (КРОС, Twiga, BBDO, Actis Wunderman, Mail.ru Group и др.).

## Трудоустройство выпускников

- Корпоративный и индустриальный сектор: сфера формирования и реализации PR-и рекламных кампаний
- Управление внутренними коммуникациями
- Организация деятельности CO и отделов GR
- Digital-коммуникации
- Коммуникации в области спорта и entertainment
- Государственные учреждения РФ
- Некоммерческие и общественные организации: НКО и агентства социальной рекламы
- Центры изучения общественного мнения
- Сфера медиакommunikаций
- Университеты, исследовательские центры и образовательные учреждения РФ
- Организации и компании, действующие в сфере политических коммуникаций: агентства политконсалтинга
- Политические партии
- Политическая экспертиза в медиа





Магистерская программа

## Коммуникации, основанные на данных

### Информация о приеме

Платные  
места

20

Платные места  
для иностранцев

1



Направление подготовки:  
42.04.01 – Реклама и связи с общественностью



Продолжительность обучения: 2 года



Форма обучения: очная



Диплом: магистр по направлению  
«Реклама и связи с общественностью»



Язык: русский



Адрес: г. Москва, Малый Трехсвятительский пер., д. 8/2, стр. 1

Тел.: +7 (495) 772 9590 \*22856

Грызунова Елена Аркадьевна

E-mail: [egryzunova@hse.ru](mailto:egryzunova@hse.ru)

Санакова Торколой Юрьевна

E-mail: [tsanakova@hse.ru](mailto:tsanakova@hse.ru)

[hse.ru/ma/bigcomm](http://hse.ru/ma/bigcomm)





Руководитель магистерской программы  
**Грызунова Елена Аркадьевна**

## **О программе**

Магистерская программа «Коммуникации, основанные на данных» направлена на формирование профессиональных знаний в области анализа больших данных и навыков применения инновационных цифровых инструментов для планирования, реализации и оценки эффективности коммуникационных кампаний в маркетинге, рекламе и связях с общественностью.

## **Условия поступления**

Набор на программу «Коммуникации, основанные на данных» осуществляется по результатам вступительного испытания – конкурса портфолио. Портфолио включает в себя сведения о базовом образовании, личные достижения абитуриента, подтверждение знания

английского языка и прикладной математики. Кроме того, в рамках конкурса портфолио абитуриент проходит собеседование, цель которого – определить мотивацию абитуриента освоить выбранную программу магистратуры, оценить общий уровень знаний и компетенций.

## **Учебные курсы**

Прикладные курсы преподают представители компаний – лидеров рынка коммуникационной индустрии и технологий. Студенты приобретают набор профессиональных компетенций из двух предметных областей – коммуникаций и науки о данных, – интегрированных в единый образовательный процесс.



## Учебные дисциплины

- Основы дата-ориентированных коммуникаций
- Анализ данных в коммуникационных кампаниях
- Большие данные для анализа и сегментации аудитории
- Инструменты веб-коммуникаций
- Программирование для анализа данных
- Машинное обучение и анализ больших данных

## Проектно-исследовательский семинар

Цель проектно-исследовательского семинара – освоение студентами аналитических и управленческих компетенций, необходимых для реализации прикладных коммуникационных проектов, основанных на данных; экспертная поддержка всех форм проектной деятельности студентов в рамках образовательной программы.

## Особенности программы

«Коммуникации, основанные на данных» является первой российской магистерской программой,

которая готовит специалистов по большим данным для индустрии рекламы и связей с общественностью.

Студенты получают уникальную профессию, приобретая набор профессиональных компетенций из двух предметных областей:

- анализ больших данных, программирование и машинное обучение;
- управление интегрированными коммуникационными кампаниями в цифровой среде.

## Компетенции выпускников

- Профессиональные знания в области рекламы, маркетинга и связей с общественностью для планирования, реализации и оценки эффективности коммуникационных кампаний с использованием больших данных
- Владение техническими инструментами цифровых коммуникаций и аналитики онлайн-аудитории
- Умение проводить прикладные исследования в области коммуникаций с использованием анализа больших данных и других методов
- Практические навыки применения алгоритмов машинного обучения, анализа,



визуализации больших данных и построения предсказательных математических моделей

- Владение основами хранения и управления данными в распределенных и облачных системах
- Знания в области сетевого анализа для реализации коммуникационных кампаний в цифровой среде

## Ведущие преподаватели

- **Миронюк Светлана Васильевна**,  
руководитель службы маркетинга и развития бизнеса PwC
- **Нестер Роман Юрьевич**,  
основатель, управляющий партнер Segmento
- **Егоров Дмитрий Владимирович**,  
директор по дата-продуктам Weborama Russia
- **Зимина Анна Матвеевна**,  
Sales Manager, Media Buying Solutions – Branding в Google
- **Просветов Артём Владимирович**,  
старший аналитик данных CleverDATA, кандидат физико-математических наук

- **Степнов Михаил Игоревич**,  
Head of Advanced Analytics в Publicis Groupe
- **Попов Марк Раилевич**,  
Head of Personalization and AI Generated Content в Сбербанке

## Трудоустройство выпускников

- Крупнейшие международные и российские коммуникационные группы и агентства
- Компании, предоставляющие услуги в сфере Ad Tech – рекламных технологий
- Крупнейшие технологические и медийные компании, агрегирующие большие данные и предоставляющие рекламные сервисы
- Маркетинговые подразделения крупнейших компаний – агрегаторов больших данных
- Органы государственного управления
- Некоммерческие организации





Магистерская программа

## Коммуникации в государственных структурах и НКО

### Информация о приеме

Бюджетные  
места

**10**

Платные  
места

**10**

Конкурс  
портфолио



Направление подготовки:  
42.04.01 – Реклама и связи с общественностью



Продолжительность обучения: 2 года



Форма обучения: очная



Диплом: магистр по направлению  
«Реклама и связи с общественностью»



Языки: русский, английский



Адрес: г. Москва, Трехсвятительский пер., 8/2, стр. 1, каб. С-404

Тел.: +7 (495) 772 9590 \*22856

Санакова Торколой Юрьевна

E-mail: [tsanakova@hse.ru](mailto:tsanakova@hse.ru)

[hse.ru/ma/communicate](https://hse.ru/ma/communicate)





Руководитель магистерской программы  
**Савин Никита Юрьевич**

## **О программе**

Программа направлена на развитие прикладных и исследовательских компетенций, необходимых для успешной работы в государственных структурах и некоммерческих организациях. Цель программы – подготовка специалистов, осознающих специфику разных типов общественных благ и способных к выстраиванию таргетированных коммуникационных кампаний как внутри организации, так и во внешней среде. Основным преимуществом программы является ее комплексный характер: обучение включает в себя современные теории государственной службы, демократического управления, менеджмента общественных благ, а также освоение практических инструментов по реализации интегрированных коммуникационных кампаний. В процессе обучения особое внимание уделяется стратегическим коммуникациям, продвижению международных проектов, фандрайзингу, инструментам социального маркетинга, использованию больших и открытых данных.



## Что нужно для поступления?

Отбор на программу осуществляется по конкурсу портфолио. Абитуриентам необходимо представить резюме, мотивационное и рекомендательное письма, а также подтверждение различных достижений (публикации, победы в олимпиадах и профессиональных конкурсах, прохождение дополнительных курсов и т.д.).

## Основные дисциплины программы

- Основы дата-ориентированных коммуникаций
- Управление интегрированными коммуникационными кампаниями в государственных структурах и НКО
- Взаимодействие бизнеса и власти: теория и практика
- Стратегические коммуникации для НКО
- Управление государственными и муниципальными закупками
- Экосистема цифровых коммуникаций
- International Lobbying

## Траектории трудоустройства

- Международные организации (Евразийская экономическая комиссия, Евразийский банк

развития, исполнительный комитет Союзного государства России и Беларуси, Всемирный банк, Организация Объединенных Наций)

- Подразделения по связям с органами государственной власти, связям с общественностью, маркетингу и рекламе в коммерческих компаниях, представители которых входят в состав Консультативного совета по взаимодействию Евразийской экономической комиссии с Деловым советом ЕАЭС
- Коммуникационные агентства
- Секретариаты заместителей Председателя Правительства РФ, министров, руководителей контрольно-надзорных ведомств; секретариаты заместителей председателей палат Федерального Собрания и комитетов и комиссий Государственной Думы и Совета Федерации
- Аппарат Общественной палаты РФ; органы власти, обеспечивающие работу общественных советов; личные секретариаты членов Экспертного совета при Правительстве РФ; секретариат рабочих групп Экспертного совета при Правительстве РФ
- Аппарат органов судебной власти и правоохранительной системы РФ

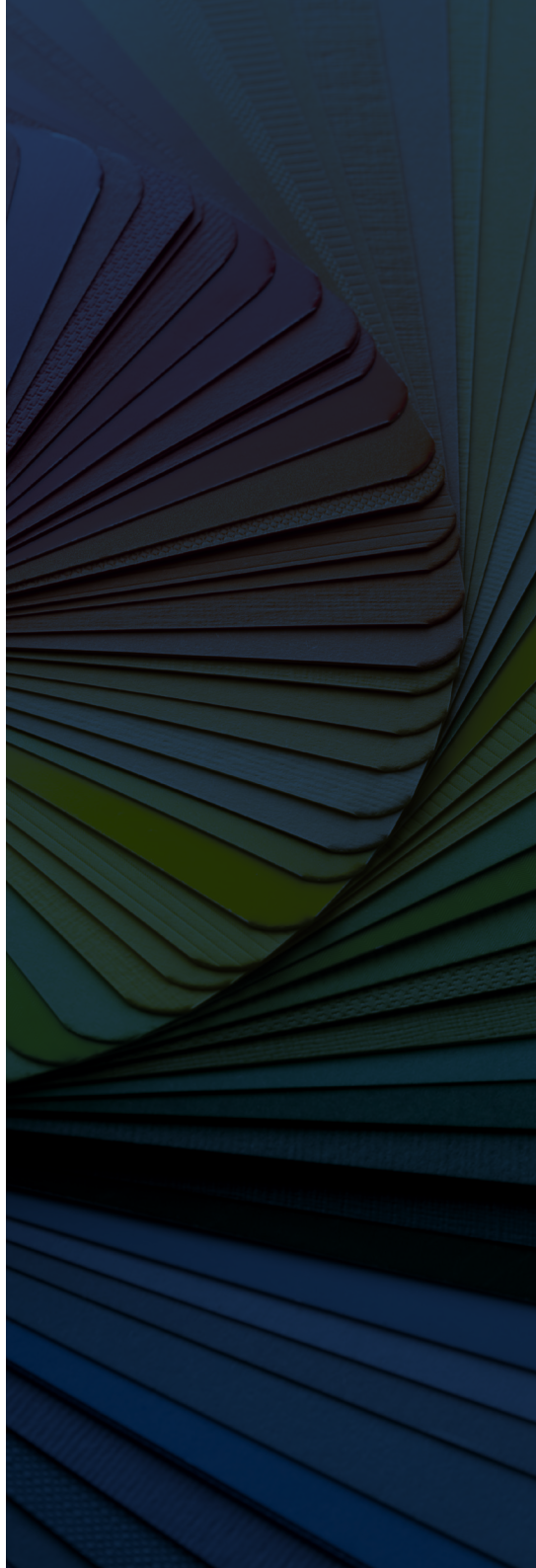


- Некоммерческие организации, получающие грантовую поддержку от государства либо рассчитывающие на гранты и краудфандинг
- Аппараты политических партий

## **Компетенции выпускников**

Выпускник программы:

- осознает специфику работы в государственном секторе и НКО;
- умеет выстраивать комплексные коммуникационные процессы с участием государственных структур, частного и некоммерческого секторов;
- умеет оценивать коммуникационные риски и находить пути решения кризисных ситуаций;
- владеет инструментарием реализации и оценки эффективности коммуникационных кампаний.





A circular graphic composed of numerous thin, overlapping wooden planks in various colors including red, orange, yellow, green, and blue, arranged in a radial pattern. The graphic is set against a dark blue background.

### **Контакты**

Москва,  
Малый Трехсвятительский пер.,  
д. 8/2, стр. 1

**[www.hse.ru/ma/incom](http://www.hse.ru/ma/incom)**

### **Приемная комиссия**

Москва, ул. Мясницкая, д. 20, ауд. 111  
(ст. м. «Лубянка», «Китай-город»,  
«Чистые пруды», «Тургеневская»)

**Тел.:** +7 (495) 771 3220, +7 (495) 916 8878

**E-mail:** [pkmag@hse.ru](mailto:pkmag@hse.ru)