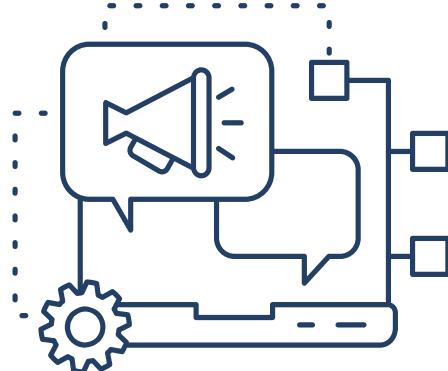


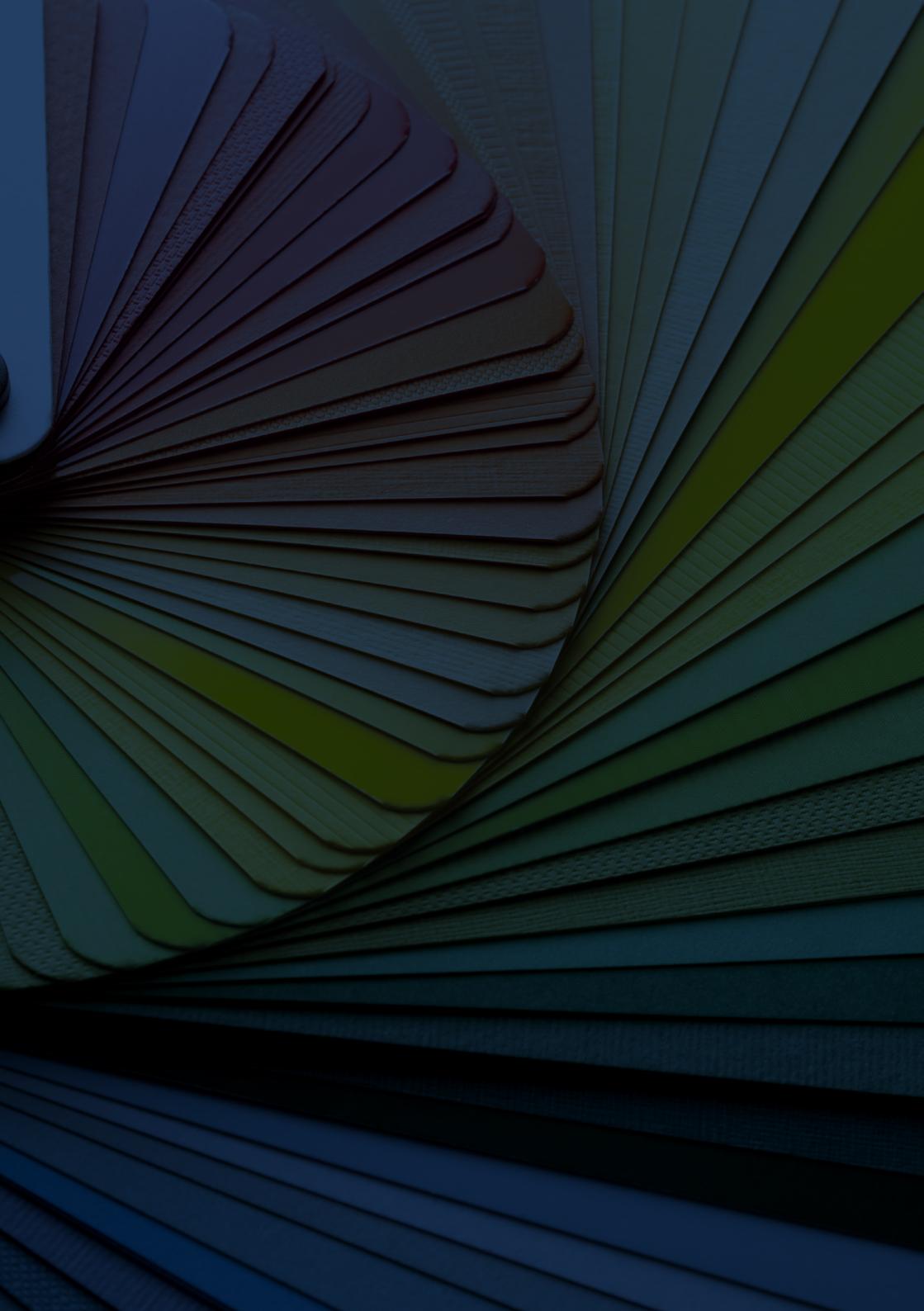


Высшая школа
экономики

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

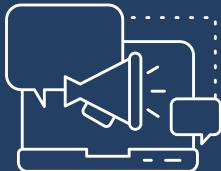
Факультет коммуникаций, медиа и дизайна в мировых рейтингах



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	Платные места	Платные места для иностранцев	Поступление по итогам олимпиад
15	20	2	



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 Торколовой 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

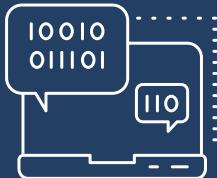
Ведущие преподаватели

- **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 (KROC, 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 СО 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 медиакоммуникаций
- 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	Платные места для иностранцев
20	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

Санакова Торколова Юрьевна

E-mail: tsanakova@hse.ru

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 аби-

туриента, 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 data-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 управлеченческих 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

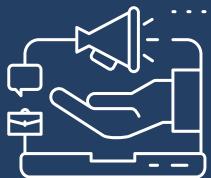
- **Миронюк**
Светлана Васильевна,
руководитель службы
маркетинга
и развития бизнеса PwC
- **Нестер**
Роман Юрьевич,
основатель, управляющий
партнер Segmento
- **Егоров**
Дмитрий Владимирович,
директор по data-продуктам
Weborama Russia
- **Зимина**
Анна Матвеевна,
Sales Manager,
Media Buying Solutions –
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

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 data-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)

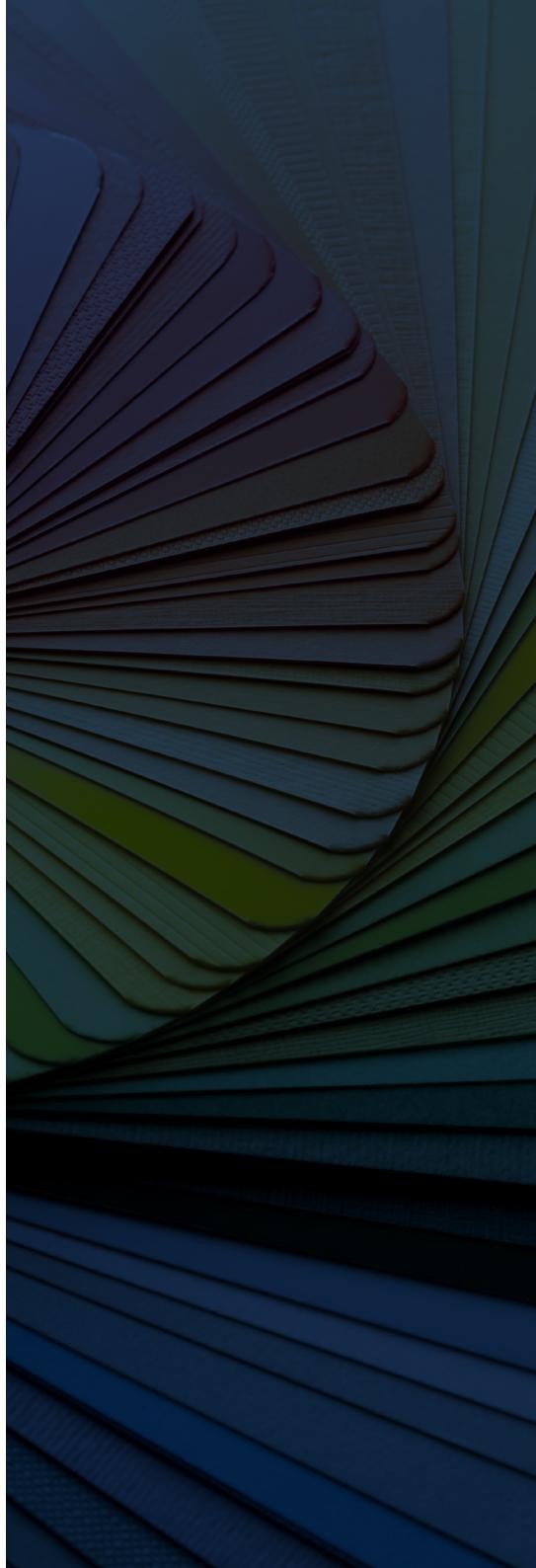
- Подразделения по связям с органами государственной власти, связям с общественностью, маркетингу и рекламе в коммерческих компаниях, представители которых входят в состав Консультативного совета по взаимодействию Евразийской экономической комиссии с Деловым советом ЕАЭС
- Коммуникационные агентства
- 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.





Контакты

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

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