

ПАСПОРТ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Наименование направления подготовки | РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Код направления | 42.03.01 |
| Буквенный шифр | PCO |
| Уровень высшего образования | Бакалавриат |
| Утвержден (каким коллегиальным органом НИУ ВШЭ, каким документом, когда) | Ученым советом НИУ ВШЭ Протокол № 15 от «29» ноября 2019 г. |
| Внесены изменения (каким коллегиальным органом НИУ ВШЭ, каким документом, когда) | |

1. Общая информация

| | |
|-----------------------|--------------|
| Формы обучения | Очная |
| | Очно-заочная |
| | Заочная |

| | |
|-----------------|--------------|
| Объем ОП | 240 кредитов |
|-----------------|--------------|

| | |
|--------------------------------------|------------------|
| Стандартный срок освоения ОП: | |
| <i>по очной форме обучения</i> | 4 года |
| <i>по очно-заочной обучения</i> | 4 года 6 месяцев |
| <i>по заочной форме обучения</i> | 4 года 6 месяцев |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Области профессиональной деятельности¹ и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие ОП по данному направлению подготовки, могут осуществлять профессиональную деятельность | 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере планирования, создания и продвижения коммуникационных продуктов; PR-отношений и коммуникации); |
| | 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере продвижения продуктов, интернет- |

¹ См. Таблица приложения к приказу Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. № 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 ноября 2014 г., регистрационный № 34779).

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | маркетинга) В коммуникационной индустрии: связи с общественностью, реклама, цифровые коммуникации (диджитал), исследования. |
| Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность и в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника. | |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Типы задач профессиональной деятельности | Организационно-управленческий; Научно-исследовательский; Проектный; Маркетинговый; Стратегический; Аналитический. |
| Конкретные типы задач профессиональной деятельности, к решению которых, в основном, готовится выпускник, определяются НИУ ВШЭ совместно с заинтересованными участниками образовательных отношений и отражаются в паспорте ОП. | |

2. Результаты освоения ОП

Бакалавр, освоивший ОП, должен обладать универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, а также продемонстрировать ключевые образовательные результаты.

Универсальные компетенции (УК) указаны в Общей части ОС, профессиональные компетенции (ПК) указаны в паспорте ОП.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК) и ключевые образовательные результаты (КОР), формируемые у выпускника по направлению подготовки:

| Общепрофессиональные компетенции | |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов |
| ОПК-4 | Способен организовать работу по реализации проектов в области интегрированных коммуникаций, выбирая средства и методы, соответствующие поставленным целям проекта |
| ОПК-5 | Способен к организации и управлению процессами планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с поставленными целями и задачами организации, с учетом экономических, политических и правовых механизмов и норм регулирования региона, страны и мира |

| | |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-6 | Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии |
| ОПК-7 | Способен к приоритизации и интеграции коммуникационной активности компании для достижения ее долгосрочных стратегических целей, учитывая запросы и потребности общества и следуя принципам и стандартам социальной ответственности |
| ОПК-8 | Способен на основе обработки данных из открытых источников проводить анализ рынка коммуникаций для формирования комплексного знания коммуникационного поведения, маркетинговой стратегии в социальной и корпоративной среде. |

| Код | Ключевой образовательный результат |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| КОР-1 | Владеет английским языком не ниже требований уровня B2 по Европейской шкале уровней владения иностранным языком (CEFR) и способен учиться на уровне магистратуры или вести профессиональное общение на английском языке. |
| КОР-2 | Знает основные принципы работы с данными, владеет современными инструментами анализа данных на начальном уровне, в т.ч. навыками программирования, алгоритмизации и математическими методами при решении задач анализа данных. |
| КОР-3 | Знает базовые теоретические понятия и умеет применять основные методы предметных областей: экономика, социология, психология, менеджмент, история. |
| КОР-4 | Разрабатывает коммуникационную кампанию |
| КОР-5 | Готовит пресс-материалы |
| КОР-6 | Применяет критерии отбора методов для проведения количественных и качественных исследований |
| КОР-7 | Корректно выбирает научную парадигму исследования и структуру академической статьи |
| КОР-8 | Умеет работать с текстовой информацией |
| КОР-9 | Составляет сложные запросы для поиска информации |

3. Особенности образовательных модулей ОП

| Модуль | Минимальный объем (кредит) | Характеристика модуля |
|-----------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Major | | |
| <i>Базовый профессиональный (Major)</i> | 68 | <p>Дисциплины по:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоретическим/методологическим/информационно-аналитическим аспектам сферы коммуникаций; • основам менеджмента и маркетинга; • математике и статистике; • правовому регулированию деятельности по направлению обучения; • социологии и психологии коммуникаций; изучению потребителей и(или) аудитории; • планированию и(или) созданию и(или) реализации и (или) продвижению коммуникационных кампаний и |

| | | |
|--------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>(или) коммуникационных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • основам деятельности отделов рекламы и связей с общественностью; • основам коммуникации в политической сфере; • конфликтологии; • медиапланированию и медиапотреблению; • управлению проектами и их презентации в сфере коммуникаций. |
| <i>Вариативный профессиональный (Major var.)</i> | 36 | <p>Научно-исследовательский семинар – определяется ОП Проектный семинар – определяется ОП;</p> <p>Обязательные и вариативные дисциплины (для ОП со специализациями) - определяются ОП;</p> <p>Вариативные дисциплины (для ОП без специализаций) - определяются ОП.</p> |
| 2. Практика | 30 | |
| <i>Профессиональная</i> | | Учебная практика – определяется ОП; Производственная практика – обязательно. |
| <i>Проектная</i> | | Проект(ы) – определяется ОП; Курсовой проект - определяется ОП. |
| <i>Научно-исследовательская</i> | | Курсовая работа - определяется ОП; Подготовка выпускной квалификационной работы (ВКР) – обязательно. |
| 3. ДОЦ | 14 | Безопасность жизнедеятельности; Дисциплина по физической культуре и спорту; Не менее трёх из пяти дисциплин общеуниверситетского пула – определяется ОП. |
| 4. Minor | 20 | Пакетное предложение или 4 отдельные дисциплины |
| 5. Английский язык | 1 | Внутренний экзамен по английскому языку; Независимый экзамен по английскому языку; Подготовка и защита Project Proposal по теме ВКР; Дополнительные факультативные учебные дисциплины. |
| 6. Data Culture | 3 | Дисциплины из области наук о данных (Data Science) начального уровня подготовки. |
| 7. ГИА | 1 | Междисциплинарный экзамен по направлению обучения – определяется ОП; Защита ВКР – обязательно. |

4. Условия реализации ОП

| Специфические кадровые условия реализации ОП | |
|-----------------------------------------------------------|--------------|
| Число педагогических работников, ведущих научную, учебно- | Не менее 70% |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля) | |
| Доля руководителей и (или) работников иных организаций, осуществляющих трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеющих стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет), среди педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) | Не менее 5% |