



Факультет
креативных индустрий

Школа коммуникаций НИУ ВШЭ

Магистратура

cmd.hse.ru/incomm

Школа коммуникаций НИУ ВШЭ

Содержание

Интегрированные коммуникации

Цифровые коммуникации и продуктовая аналитика

Коммуникации в государственных структурах и НКО

Управление стратегическими коммуникациями (онлайн)



Телеграм-чат
для абитуриентов



Руководитель
Школы коммуникаций НИУ ВШЭ
Зверев Сергей Александрович

«Наши выпускники действительно ценятся на рынке труда, и это является серьезным конкурентным преимуществом Школы коммуникаций НИУ ВШЭ. По крайней мере среди работодателей нашей сферы это однозначно так. В магистратуре вы получаете такое сочетание знаний, навыков и нетворкинга, которое позволит найти и реализовать себя где угодно».

Интегрированные коммуникации

Продолжительность обучения	2 года
Форма обучения	очная
Направление подготовки	42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью»
Диплом	магистр по направлению «Реклама и связи с общественностью»
Язык обучения	русский, английский

Информация о приеме в 2024 году

Бюджетные места	Платные места	Платные места для иностранцев
15	60	5

Адрес:

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

Центр по работе с абитуриентами Школы коммуникаций

Тел.: +7 (495) 772 95 90 *15673, 23203, 23560

E-mail: comm-abit@hse.ru

hse.ru/ma/incom

Академический руководитель программы
Грязева Лариса Евгеньевна



О программе

Программа «Интегрированные коммуникации» – магистратура для будущих управленцев коммуникационной индустрии, которая поможет научиться управлять всем комплексом коммуникаций компании и/или консультировать клиентов по вопросам выстраивания коммуникаций.

Выпускники программы умеют создавать полноценные коммуникационные стратегии, работать с данными, внедрять инновационные решения в работу с маркетинговыми задачами, создавать антикризисные планы, управлять потребительским поведением и руководить проектами в области коммуникаций.

Курсы программы построены так, чтобы каждый студент смог сформировать рабочее портфолио, решая реальные бизнес-задачи и получая обратную связь от опытных преподавателей-практиков.

Конструирование собственного образовательного пути происходит через выбор одной из двух траекторий программы и набора вариативных предметов, а также через работу с академическими наставниками, которые помогают студентам ставить учебные и карьерные цели и развивать мягкие навыки, необходимые для работы в индустрии.

Траектории программы

- **«Коммуникационный консалтинг»** – направление для тех, кто хочет помогать компаниям в формировании единой коммуникационной политики и решении репутационных задач организации во внешней и внутренней среде. Выпускники смогут работать как в коммуникационных подразделениях компаний, так и в агентствах или вести собственный консалтинговый бизнес.

- **«Управление брендом и стратегические коммуникации»** – направление для тех, кто хочет работать над созданием и развитием релевантных для потребителей брендов и выстраивать полноценные экосистемы коммуникаций. Выпускники смогут управлять брендами внутри компании, работать на стороне агентства или создавать бренды для собственного бизнеса.

Условия поступления

- Подготовить портфолио:
 - мотивационное письмо (до 20 баллов);
 - рекомендательные письма (до 10 баллов);
 - диплом (до 5 баллов, если диплом с отличием);
 - индивидуальные достижения (до 25 баллов);
 - курсы повышения квалификации и тренинги (до 15 баллов).
- Пройти собеседование (до 25 баллов).

Учебные дисциплины

Обязательные дисциплины

- Стратегия и управление в коммуникациях
- Управление интегрированными коммуникационными кампаниями
- Управление репутацией компании
- Основы дата-ориентированных коммуникаций
- Маркетинговые исследования
- Качественные данные в коммуникациях

Дисциплины траектории «Коммуникационный консалтинг»

- Коммуникационный консалтинг и аудит
- Антикризисные коммуникации
- Репутационный менеджмент
- Внутренние коммуникации
- Корпоративные и бренд-коммуникации

Дисциплины траектории «Управление брендом и стратегические коммуникации»

- Управление брендом
- Психология потребителя

- Коммуникации бренда на маркетплейсах и в офлайн-магазинах
- Продуктовый маркетинг
- Контент-маркетинг и создание креатива

Также на программе есть дисциплины по выбору.

Ведущие преподаватели

Более 70% наших преподавателей – практики:

- **Анастасия Лихачева**, вице-президент по коммуникациям, AliExpress
- **Полина Денисенко**, Public Relations and Brand Marketing Director, member of SMT
- **Василиса Зульф리카рова**, начальник департамента по работе с посетителями, Государственная Третьяковская галерея
- **Кристина Малофеева**, исполнительный директор управления клиентским опытом B2C, Сбер Customer Care Agency
- **Полина Ломоносова**, руководитель направления корпоративных коммуникаций и ESG, «Северсталь»

Индустриальные партнеры практики*

BBDO, TWIGA, КРОС, maslov:agency, «Газпром Медиа», icom, Media Instinct, ONY, JAMI, Human Code, PromoAge, Sixth Sense, «Родная речь», БЛЭК, «Правда», Redline, Сбер, VK, Yandex, brand-à-porter, Shkulev Media Holding, АКАР, АКОС и многие другие.

* Представлена часть партнеров.

Кем работают наши выпускники*

- **Наталья Самородова**, старший специалист по коммуникациям и корпоративной культуре, «Технологии Доверия» (ex PwC Russia)
- **Дарья Глебова**, PR-менеджер, Группа компаний brand-à-porter
- **Вячеслав Волков**, креативный директор, агентство Mosaic
- **Полина Тыновская**, менеджер по маркетингу и событийным проектам, Сбер

* Уровень трудоустройства выпускников – более 95% в первые полгода после окончания магистратуры.

Цифровые коммуникации и продуктовая аналитика

Продолжительность обучения	2 года
Форма обучения	очная
Направление подготовки	42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью»
Диплом	магистр по направлению «Реклама и связи с общественностью»
Язык обучения	русский

Информация о приеме в 2024 году

Бюджетные места	Платные места	Платные места для иностранцев
5	20	1

Адрес:

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

Центр по работе с абитуриентами Школы коммуникаций

Тел.: +7 (495) 772 95 90 *15673, 23203, 23560

E-mail: comm-abit@hse.ru

hse.ru/ma/bigcomm

Академический руководитель программы
Грызунова Елена Аркадьевна



Академический наставник программы
Нестер Роман Юрьевич



О программе

Программа «Цифровые коммуникации и продуктовая аналитика» готовит руководителей для коммуникационной индустрии. Мы учим управлению продуктом (сертификация симулятора GoPractice), проектами, данными в цифровых экосистемах и крупных корпорациях (data governance).

Студенты программы изучают современные технологии (AdTech), анализ данных и искусственный интеллект в коммуникациях. Мы даем hard skills (программирование, машинное обучение) и сразу учим тому, как это применять в коммуникационных проектах.

Условия поступления

Для граждан РФ

- Подготовить портфолио:
 - личные достижения (до 20 баллов);
 - подтверждение уровня знания прикладной математики (до 20 баллов);
 - результаты участия в профильных конкурсах и олимпиадах (до 25 баллов).
- Пройти собеседование (до 35 баллов).

Для иностранных граждан

- Подготовить портфолио:
 - подтверждение уровня знания русского и английского языков (до 10 баллов);
 - подтверждение уровня знания прикладной математики (до 20 баллов);
 - личные достижения (до 30 баллов).
- Пройти собеседование (до 40 баллов).

Обязательные дисциплины

- Инструменты и сервисы цифрового маркетинга
- Маркетинговая аналитика
- Машинное обучение в бизнесе
- Большие данные в коммуникационных стратегиях
- Основы дата-ориентированных коммуникаций
- Программирование для анализа данных
- Продуктовая аналитика и управление продуктом
- Рекламные форматы, возможности контентного продвижения и аналитика данных в e-commerce
- Большие данные в коммуникационных стратегиях
- Этика применения данных и цифровых технологий

Ключевые семинары

- Проектный семинар «Симулятор запуска AdTech-стартапа»
- Проектный семинар «Менеджмент в сфере AdTech»
- Проектно-исследовательский семинар «Анализ данных в коммуникационных проектах»
- Семинар наставника

Также на программе есть дисциплины по выбору.

Ведущие преподаватели

Более 70% наших преподавателей – практики:

- **Светлана Васильевна Миронюк**, приглашенный преподаватель, профессор бизнес-школы «Сколково»
- **Михаил Игоревич Степнов**, руководитель центра R&D MTS Big Data / CDO MTS Travel

- **Роман Юрьевич Нестер**, профессор НИУ ВШЭ, основатель Segmento
- **Марина Эдуардовна Сафонова**, Marketing Digital Lead, «Эйч энд Эн»
- **Андрей Владимирович Волков**, Chief Operating Officer, Easy Commerce (ОККАМ)
- **Константин Львович Коточигов**, руководитель группы аналитики коммерческих сценариев, Yandex

Практика

Партнеры практики* – ведущие коммуникационные агентства и технологические компании.

Студенты проходят практику и работают над проектами реальных заказчиков. Это дает возможность собрать портфолио проектов в процессе обучения и начать карьеру в индустрии.

Среди партнеров: МТС, Health&Nutrition, Out of Cloud, Datafuel, Группа компаний «Родная речь», Райффайзен Банк, «Арктик», Platforma, «СберМаркет».

* Представлена часть партнеров.

Кем работают наши выпускники*

- **Софья Денисова**, руководитель группы перформанс-менеджеров кредитных продуктов, банк Tinkoff
- **Венера Гильманова**, бизнес-аналитик/консультант Salesforce, Customertimes
- **Нелли Григорьева**, Head of Marketing в международном стартапе Chatfuel
- **Владимир Смирнов**, маркетинговый дата-аналитик, МТС

* Уровень трудоустройства выпускников – более 95% в первые полгода после окончания магистратуры.

Коммуникации в государственных структурах и НКО

Продолжительность обучения	2 года
Форма обучения	очная
Направление подготовки	42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью»
Диплом	магистр по направлению «Реклама и связи с общественностью»
Язык обучения	русский

Информация о приеме в 2024 году

Бюджетные места	Платные места	Платные места для иностранцев
15	10	1

Адрес:

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

Центр по работе с абитуриентами Школы коммуникаций

Тел.: +7 (495) 772 95 90 *15673, 23203, 23560

E-mail: comm-abit@hse.ru

hse.ru/ma/communicate

Академический руководитель программы
Лютикова Алина Павловна



О программе

Программа направлена на развитие прикладных компетенций, необходимых для работы в органах государственной власти и НКО и взаимодействия с ними. Особое внимание уделяется стратегическим коммуникациям, фандрайзингу, инструментам цифрового маркетинга, использованию больших данных. Особенность программы – это проектные мастерские, где студенты работают по индивидуальному треку, становясь в итоге экспертами в выбранных направлениях.

Условия поступления

- Конкурс портфолио:
 - копия документа об образовании (не подлежит оцениванию, но является обязательным документом в портфолио);
 - резюме (не подлежит оцениванию, но является обязательным документом в портфолио);
 - мотивационное письмо (до 10 баллов);
 - рекомендательные письма (до 15 баллов);
 - профессиональные достижения (до 30 баллов);
 - индивидуальные достижения (до 15 баллов).
- Собеседование (до 30 баллов).

Особенности программы

Помимо изучения дисциплин, студенты программы работают над групповыми проектами в мастерских под руководством ведущих представителей индустрии. Работа в мастерских строится на актуальных запросах от компаний и некоммерческих организаций. Занятия проходят преимущественно в формате дискуссий, в ходе обсуждения студенты вырабатывают решение проблемного вопроса. В результате формируется кумулятивное знание, которое делает выпускников магистратуры «Коммуникации в государственных структурах и НКО» уникальными специалистами.

Учебные дисциплины

Обязательные дисциплины

- Введение в политические коммуникации
- Взаимодействие бизнеса и государства: теория и практика
- Управление интегрированными коммуникационными кампаниями в НКО
- Международный лоббизм
- Основы дата-ориентированных коммуникаций
- Качественные методы в коммуникациях

Модуль «Ключевые семинары»

- Семинар академического наставника «Проектное управление в государственных структурах и НКО»
- Семинар «Основы работы с количественными данными»
- Семинар «Основы регуляторной политики»

Дисциплины по выбору

- Информационно-аналитическая работа
- Публичные коммуникации
- Антикризисные коммуникации
- Событийный менеджмент
- Управление государственными и муниципальными закупками
- Принятие политических решений
- Законотворческий процесс
- Цифровые коммуникации для государства и НКО
- Коммуникации в городской среде
- Фандрайзинг в некоммерческом секторе
- Спичрайтинг и сопровождение публичной деятельности
- Цифровые инструменты в государственном секторе
- Репутационный менеджмент
- Коммуникации в городской среде
- Нормативное сопровождение деятельности бизнеса за рубежом

Ведущие преподаватели

Более 70% наших преподавателей – практики:

- **Сергей Александрович Зверев**, профессор, руководитель Школы коммуникаций НИУ ВШЭ
- **Светлана Васильевна Миронюк**, приглашенный преподаватель, профессор бизнес-школы «Сколково»
- **Станислав Александрович Наумов**, депутат Государственной Думы Российской Федерации
- **Мария Келембет**, директор департамента по работе с органами государственной власти и общественными организациями, ЦИАН
- **Ольга Вячеславовна Собченко**, управляющий партнер, Центр корпоративных коммуникаций «С-ГРУПП»

Партнеры практики*

- Государственная Дума
- Правительство РФ
- Федеральная антимонопольная служба
- ProCharity
- ЦИАН
- Благотворительный фонд «Синдром любви»
- TenChat

* Представлена часть партнеров.

Кем работают наши выпускники*

- **Александр Оленин**, директор по связям с государственными органами, Delivery Club
- **Наталья Масленникова**, менеджер фандрайзинговой платформы для сбора частных пожертвований «Благо.ру»
- **Милена Артамонова**, аналитик систем вознаграждения, Ozon
- **Юлия Вяткина**, редактор научно-популярного журнала «Позитивные изменения»
- **Георгий Яковлев**, руководитель отдела рекламы и внешних коммуникаций, МСК «БЛ ГРУПП»

* Уровень трудоустройства выпускников – более 95% в первые полгода после окончания магистратуры.

Управление стратегическими коммуникациями

Продолжительность обучения	2 года
Форма обучения	очная (согласно стандарту Минобрнауки), но 100% онлайн
Направление подготовки	42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью»
Диплом	магистр по направлению «Реклама и связи с общественностью»
Язык обучения	русский

Информация о приеме в 2024 году

Платные места

80

Платные места для иностранцев

количество не ограничено

Адрес:

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

Центр по работе с абитуриентами Школы коммуникаций

Тел.: +7 (495) 772 95 90 *15673, 23203, 23560

E-mail: comm-abit@hse.ru

hse.ru/ma/scm

Академический руководитель программы
Бунь Елена Владимировна



О программе

Программа готовит будущих руководителей, топ-менеджеров индустрии коммуникаций*, умеющих на практике создавать стратегии и реализовывать комплексные коммуникации компании.

«Управление стратегическими коммуникациями» – это очное высшее образование, которое можно получить 100% онлайн без привязки к локации.

** По данным исследования НИУ ВШЭ, магистры зарабатывают больше, чем бакалавры, а их диплом имеет высокую ценность на рынке и открывает доступ к управленческим позициям.*

Условия поступления

Портфолио

- Диплом с отличием (10 баллов)
- Мотивационное письмо (до 25 баллов)
- Резюме (до 20 баллов)
- Дополнительные документы об образовании – о повышении квалификации, прохождении курсов по профилю, близкому к профилю программы, профессиональные сертификаты (до 25 баллов)
- Участие и призовые места в олимпиадах (до 10 баллов)
- Получение индивидуальных академических стипендий и грантов (до 10 баллов)

Особенности программы

Теория

Все лекции и семинары предзаписаны. Наши студенты учатся по видеопособию, подготовленному профессионалами индустрии коммуникаций. Вместо экзаменов – тестирование.

Практика

Навыки, полученные в процессе освоения материала, оттачиваются на практической задаче – создании коммуникационной стратегии. Студенты с первого модуля приступают к проектной деятельности, результат которой может стать частью ВКР. Проект также может быть реализован в интересах работодателя.

Наставничество

Студенты онлайн-магистратуры не предоставлены самим себе. В освоении материала и проектной работе им помогают наставники – практики индустрии коммуникаций, имеющие за плечами сотни реализованных кейсов. Консалтинговые услуги каждого из них высоко ценятся в профессиональной среде.

Учебные дисциплины

Обязательные дисциплины

- Стратегии и управление в коммуникациях
- Внутренние коммуникации
- Антикризисные коммуникации
- Качественные методы сбора и анализа данных в теории и практике коммуникаций
- Бренд-маркетинг
- Экосистема цифровых коммуникаций
- Бренд-медиа в коммуникациях: стратегии создания и продвижения
- Коммуникации в муниципальном звене
- Коммуникации и развитие территорий
- Нормативно-правовое регулирование и обеспечение коммуникационной деятельности

Модуль «Практика»

- Проект (практика)
- Подготовка к выпускной квалификационной работе

Модуль «Ключевые семинары»

- Семинар академического наставника
- Проектный семинар

Проектная деятельность и наставники

- **Александр Смирнов,**
Head of Analytics and Promotion, Heads'made
- **Елена Долгих,**
аналитик, ВАВТ Минэкономразвития РФ
- **Мария Григорьева,**
приглашенный преподаватель Школы коммуникаций НИУ ВШЭ
- **Ксения Касьянова,**
директор по исследованиям и разработкам, КРОС
- **Анастасия Нидзий,**
бренд-директор и автор инновационных проектов, Splat
- **Ольга Пескова,**
профессор, бизнес-тренер, основатель агентства кризисных коммуникаций «Бюро 364»
- **Геннадий Серегин,**
приглашенный преподаватель Школы коммуникаций НИУ ВШЭ
- **Сергей Зверев,**
профессор, руководитель Школы коммуникаций НИУ ВШЭ
- **Ирина Белозерцева,**
вице-президент и сопредседатель комиссии по коммуникациям АКАР
- **Олег Солодухин,**
профессор, замдекана факультета креативных индустрий,
советник ректора
- **Наталья Долгачева,**
заместитель генерального директора по развитию,
ОЦРВ (структура РЖД)

Где востребован специалист по управлению стратегическими коммуникациями

Бизнес. Крупный, средний или малый – любой бизнес заинтересован в правильно выстроенном контакте со своей аудиторией. Выпускник нашей онлайн-магистратуры способен проанализировать потребности бизнеса, создать платформу для коммуникации с клиентами, оказать влияние на успешность финансовых показателей.

Внутрикорпоративные коммуникации. В широком смысле внутренние коммуникации включают любые формы взаимодействия сотрудников. Однако эти процессы нельзя назвать системой, пока у них нет стратегии: все новости, мероприятия, рассылки должны соответствовать целям бизнеса, отражать миссию и ценности компании. Выпускник нашей программы помогает выстроить систему, в которой каждый сотрудник понимает, для чего, с кем и зачем работает.

Стартапы. Наш выпускник готов создать стратегию коммуникаций для нового продукта на основе трендов, потребительских предпочтений, изучения конкурентов.



10 преимуществ обучения в магистратуре Высшей школы экономики

1

Стать частью глобального мира

Высшая школа экономики – полноправный участник мирового академического сообщества: в НИУ ВШЭ существует более 50 программ двойных дипломов с ведущими мировыми университетами, а также широкая программа студенческих обменов (полгода или год в зарубежном вузе).

2

Образование, отвечающее на запросы рынка труда

К образовательному процессу в университете привлечены преподаватели-практики из ведущих российских и международных компаний. Мастер-классы, case study, практики и стажировки – ваша возможность еще на этапе обучения войти в среду профессионалов своей отрасли.

3

Работа не в ущерб учебе

Более 70% студентов магистратуры совмещают учебу и работу благодаря гибкому графику и широкому спектру выбираемых дисциплин, что позволяет сформировать учебный план под потребности каждого студента.

4

Погружение в мультикультурную среду

Вышка – глобальный университет, где учатся более 25 000 студентов из десятков стран. Здесь можно по-настоящему окунуться в мультикультурную среду и узнать о традициях других народов.

5

Образование, следующее за вашими интересами

Большое количество магистерских программ Вышки позволяет каждому студенту корректировать или даже кардинально менять свою карьерную траекторию в соответствии с меняющимися интересами, открывая новые горизонты для самореализации.

6

Ведущий научный центр России

Высшая школа экономики – ведущий российский научно-исследовательский университет многопрофильного характера. Ежегодно НИУ ВШЭ реализует более 150 проектов фундаментальных и более 450 проектов прикладных исследований.

7

Возможность повысить свою ценность

В среднем выпускники магистратуры Вышки зарабатывают на 20% больше выпускников бакалавриата, так что инвестиции в образование окупаются в течение первого года после окончания магистратуры.

8

Стать частью чего-то большего

Быть выпускником Вышки – это не только багаж актуальных знаний и диплом ведущего вуза России, но и возможность стать частью одного из крупнейших сообществ выпускников, которое уже сейчас насчитывает более 50 000 человек и с каждым годом будет только расти.

9

Социальный капитал для будущего успеха

Учеба в Вышке – это возможность собрать большую сеть контактов в профессиональном и научном сообществе, которые будут полезны для достижения самых амбициозных целей.

10

Признание в мировой академической среде

Высшая школа экономики входит во все рейтинги самых престижных университетов мира, являясь лучшим молодым университетом России (университеты, созданные не более 50 лет назад).



Сайт программы

cmd.hse.ru/incomm

Приемная комиссия

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

Тел.: +7 (495) 771 32 20,
+7 (495) 916 88 78
E-mail: pkmag@hse.ru