

Паспорт образовательной программы «Коммуникации в государственных структурах и НКО»

Обучение ведется по направлению

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Утверждение программы

Протокол заседания ученого совета №13 от 27.09.2019

Образовательный стандарт НИУ ВШЭ

[Образовательный стандарт НИУ ВШЭ уровень высшего образования – магистратура \(с 2022 года набора\) \(электронная подпись\)](#) (PDF, 1006 Кб)

Дата обновления паспорта

Протокол УС факультета креативных индустрий №2.2-01/230123-01 -Эл от 23.01.2023

Сетевая форма реализации

Нет

Срок, форма обучения и объем

2 года [□]

Очная форма обучения, 120 з.е.

Язык реализации

RUS

Обучение ведётся полностью на русском языке

Квалификация выпускника

Магистр

Программа двух дипломов

Нет

Траектории

2025/2026 УЧЕБНЫЙ ГОД

Коммуникации в государственных структурах и НКО

Вид: Прикладная

Наставник: [Наумов Станислав Александрович](#)

Язык реализации: Русский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: С применением

Квалификация выпускника: Магистр

Ключевые образовательные результаты:

- КОР-1 Умеет разрабатывать и реализовывать лоббистские кампании в интересах бизнеса и НКО;
- КОР-2 Умеет анализировать нормативно-правовые акты на предмет соответствия интересам бизнеса и НКО;
- КОР-3 Умеет разрабатывать и реализовывать фандрайзинговые кампании в интересах НКО;
- КОР-4 Владеет навыками сопровождения публичной деятельности органов власти и НКО;
- КОР-5 Умеет организовывать внутренние коммуникации в органах государственной власти, GR-департаментах коммерческих структур и НКО.

Характеристика профессиональной деятельности:

Профессиональные компетенции:

- ПК-1 Способен создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу;
- ПК-2 Способен проводить сравнительный анализ возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей;
- ПК-3 Способен составлять аналитические справки, экспертные заключения, отчеты, обзоры и прогнозы на основе результатов анализа коммуникационной среды;
- ПК-4 Способен к созданию и анализу текстов в PR и рекламе;
- ПК-5 Способен обрабатывать данные с целью построения коммуникационной кампании, в том числе используя специальное программное обеспечение;
- ПК-6 Способен консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью;
- ПК-7 Способен проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью фирмы.

Выпускники программы обладают набором компетенций, позволяющих им выстраивать коммуникационные процессы между государственными структурами, некоммерческими организациями и бизнесами, взаимодействующими с ними.

Сформированные у выпускников компетенции позволяют им работать в:

— органах государственной власти и местного самоуправления;

- аппаратах политических партий;
- агентствах по связям с общественностью и государственными органами;
- благотворительных фондах;
- подразделениях по маркетингу и рекламе в коммерческих компаниях;
- подразделениях по внешним связям и службах протоколов международных и наднациональных организаций;
- секретариатах лиц, занимающих государственные должности в РФ;
- аналитических и консалтинговых центрах.

Характеристика образовательных модулей:

Учебный план состоит из нескольких модулей:

Модуль «Ключевые семинары»

— Семинар наставника «Практикум взаимодействия государства с бизнесом» сопровождает студентов на протяжении всего периода обучения в магистратуре. Дисциплина направлена на развитие у студентов ключевых мягких навыков, необходимых для профессиональной деятельности в публичной сфере: стратегического мышления, командной работы, проектного менеджмента и самопрезентации. В рамках дисциплины индустриальный наставник программы помогает магистрантам определить перспективные направления индивидуального карьерного развития и адаптировать обучение под выбранную траекторию. Отдельные занятия проводятся в формате встреч с приглашенными экспертами – представителями PR- и GR-подразделений крупных компаний и фондов, руководителями пресс-служб государственных органов, политическими деятелями.

— Научно-исследовательский семинар направлен на обучение студентов применению исследовательского инструментария для решения практических задач в сфере публичных коммуникаций. Особое внимание уделяется проектированию прикладных исследований в интересах государственных структур, НКО и бизнеса, ориентированного на взаимодействие с ними. Студенты учатся выстраивать дизайн исследования и подбирать релевантные методы (качественные и количественные), а также интерпретировать результаты для их последующего применения в управлении коммуникациями. В рамках семинара оказывается методическая поддержка студентов при подготовке проектов Мастерских и выпускных квалификационных работ.

Модуль «Практика»

— Проект «Мастерские» является ключевым блоком практической подготовки и подразумевает групповую работу студентов над проектными заданиями от государственных структур, НКО или бизнеса. В течение двух лет магистранты проходят все этапы проектного цикла: определение проблемы, постановка цели, подготовка аналитических материалов, разработка комплексного решения, презентация результатов. Работа студентов над проектами осуществляется под наставничеством представителей организаций-заказчиков, ведущих профессионалов индустрии – руководителей GR-направлений бизнес-компаний, опытных PR-специалистов, руководителей благотворительных фондов и фандрайзеров. Наставники Мастерских погружают студентов в отраслевую специфику, внутренние процессы организаций, привлекают к участию в профильных мероприятиях, что способствует сближению с профессиональным сообществом. Результат каждого проекта – актуальная для заказчика стратегия по взаимодействию с органами власти, проект коммуникационной кампании для внедрения законопроекта, фандрайзинговая стратегия, коммуникационная стратегия для привлечения целевой аудитории и пр.

— Прикладной проект предполагает подготовку студентами решения конкретной коммуникационной задачи в интересах партнерской организации. Проект подразумевает групповой формат работы и ориентирован на практическое применение студентами освоенных в рамках обучения инструментов.

Подготовка выпускной квалификационной работы предполагает применение студентами сформированных в рамках обучения навыков. Студенты разрабатывают исследование или проект на основе анализа актуальных проблем в сфере публичных или политических коммуникаций. ВКР может быть реализована в формате индивидуальной диссертации, а также группового или индивидуального проекта.

Модуль «Major» (или профессиональный модуль)

На обязательных дисциплинах студенты:

- Формируют понимание институциональной и нормативной специфики коммуникаций в государственном и некоммерческом секторе, включая особенности подотчетности, регламентации, публичности и взаимодействия с гражданским обществом;
- Осваивают ключевые коммуникационные инструменты, применяемые в государственном управлении и при реализации социально-ориентированных инициатив – от анализа стейкхолдеров до разработки коммуникационных стратегий и планов кампаний;
- Разбираются в структуре и функциях коммуникационных подразделений государственных и некоммерческих структур, научатся формулировать задачи и ожидания внутри организаций и выстраивать эффективное взаимодействие с внешними аудиториями;
- Овладевают методами проведения прикладных исследований в области коммуникаций – от проектирования дизайна собственных исследований в интересах индустрии до сбора, обработки и анализа полученных данных;
- Развивают навыки проектной работы и презентации результатов, а также научатся управлять собственными и коллективными ресурсами при реализации коммуникационных инициатив.

Обязательные дисциплины:

- Введение в политические коммуникации;
- Современная российская политика: институты, процессы и акторы;
- Качественные методы в коммуникациях;
- Количественные методы в коммуникациях;
- Проектирование коммуникационной стратегии;
- Основы дата-ориентированных коммуникаций;
- Введение в GR: теория взаимодействия государства и бизнеса;
- Структурирование законодательных инициатив и нормативно-правовых актов;
- GR и лоббизм в России: от теории к практике стратегического GR
- Отраслевой GR и PR;
- Международный лоббизм;
- Управление интегрированными коммуникационными кампаниями в НКО;
- НКО вне благотворительности: экспертные и отраслевые объединения в экономике и политике;
- Цифровые коммуникации для государства и НКО;
- Законотворческий процесс;
- Спичрайтинг и принципы эффективных коммуникационных сообщений.

Дисциплины по выбору позволяют студентам углубить знания и развить компетенции в сфере коммуникаций в соответствии с индивидуальной профессиональной траекторией и карьерными целями. Курсы охватывают широкий спектр прикладных направлений в области коммуникаций, а также раскрывают особенности коммуникаций в специфических секторах: здравоохранении, городской среде, избирательной сфере.

Дисциплины по выбору:

- Событийный менеджмент;
- Репутационный менеджмент;
- Антикризисные коммуникации;
- Фандрайзинг в некоммерческом секторе;

- Цифровизация государственного управления и экономика данных;
- Нормативное сопровождение бизнеса за рубежом;
- Государственные закупки и грантовая поддержка: от заявки до реализации;
- Корпоративная социальная ответственность и взаимодействие с государством;
- Коммуникации в здравоохранении;
- Коммуникации в городской среде;
- Электоральные коммуникации и политический консалтинг.

Модуль «МагоЛего»

Модуль «МагоЛего» дает студентам возможность получить дополнительные компетенции, позволяющие персонализировать индивидуальный учебный план. В данном модуле студенты выбирают дисциплины из общеуниверситетского пула, соответствующие их индивидуальной образовательной траектории.

Модуль государственной итоговой аттестации (ГИА)

Модуль позволяет оценить результаты освоения студентом образовательной программы. В рамках модуля ГИА студенты защищают выпускную квалификационную работу проектного или научно-исследовательского типа. Работы выполняются индивидуально или в групповом формате.

2024/2025 УЧЕБНЫЙ ГОД

Коммуникации в государственных структурах и НКО

Вид: Прикладная

Наставник: [Наумов Станислав Александрович](#)

Язык реализации: Русский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: С применением

Квалификация выпускника: Магистр

Ключевые образовательные результаты:

КОР-1 Умеет разрабатывать и реализовывать лоббистские кампании в интересах бизнеса и НКО

КОР-2 Умеет анализировать нормативно-правовые акты на предмет соответствия интересам бизнеса и НКО

КОР-3 Умеет разрабатывать и реализовывать фандрайзинговые кампании в интересах НКО

КОР-4 Владеет навыками сопровождения публичной деятельности органов власти и НКО

КОР-5 Умеет организовывать внутренние коммуникации в органах государственной власти, GR-департаментах коммерческих структур и НКО

Характеристика профессиональной деятельности:

Профессиональные компетенции (планируемые результаты освоения ОП)	
Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-1	Способен создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу

ПК-2	Способен проводить сравнительный анализ возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей.
ПК-3	Способен составлять аналитические справки, экспертные заключения, отчеты, обзоры и прогнозы на основе результатов анализа коммуникационной среды.
ПК-4	Способен к созданию и анализу текстов в PR и рекламе.
ПК-5	Способен обрабатывать данные, с целью построения коммуникационной кампании, в том числе используя специальное программное обеспечение.
ПК-6	Способен консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью.
ПК-7	Способен проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью фирмы.

По окончании программы выпускники смогут реализовать себя в следующих областях профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Коды профессиональных компетенций
06.009. Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания.	Организационно-управленческий.	ПК-1; ПК-2.
06.043. Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	Производственно-технологический. Научно-исследовательский.	ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7.
07.003. Управление персоналом организации.	Организационно-управленческий.	ПК-1.

08.037. Деятельность по выявлению бизнес-проблем, выяснению потребностей заинтересованных сторон, обоснованию решений и обеспечению проведения изменений в организации.	Организационно-управленческий. Научно-исследовательский.	ПК-1; ПК-2; ПК-7;
---	---	-------------------

Выпускники программы обладают широким набором компетенций, позволяющим им выстраивать и обеспечивать комплексные коммуникационные процессы в государственных структурах и некоммерческих организациях. Направления развития карьеры для выпускников программы:

- Подразделения по внешним связям и службы протоколов международных и наднациональных организаций
- Подразделения по связям с органами государственной власти, связям с общественностью, маркетингу и рекламе в коммерческих компаниях
- Коммуникационные агентства
- Секретариаты лиц, замещающих государственные должности РФ
- Международные и российские НКО
- Аппараты политических партий

Характеристика образовательных модулей:

Учебный план состоит из нескольких модулей:

1. Ключевые семинары

- Семинар академического наставника – академический наставник совместно с магистрантом определяет набор ключевых образовательных результатов (КОР) освоения ОП каждым студентом траектории, координируемой наставников. В рамках семинара наставника проводится обсуждение подготовки КР и ВКР студентов.
- Семинар "Основы работы с количественными данными"
- Семинар "Основы регуляторной политики"

2. Практика

Модуль формирует компетенции студента, позволяющие решать практические задачи выбранной профессиональной деятельности, включая проектную, научно-исследовательскую, предпринимательскую, экспертно-аналитическую.

- Проект "Мастерские"
- Подготовка выпускной квалификационной работы
- Проект

3. Major (или профессиональный модуль)

Модуль предоставляет возможность освоить профессиональные компетенции, необходимые для достижения персональных образовательных результатов.

Обязательные дисциплины

Основы дата-ориентированных коммуникаций

Международный лоббизм

Качественные методы в коммуникациях

Взаимодействие бизнеса и государства: теория и практика

Управление интегрированными коммуникационными кампаниями в НКО

Введение в политические коммуникации

Дисциплины по выбору

Принятие политических решений

Коммуникации в городской среде

Публичные коммуникации

Событийный менеджмент

Управление государственными и муниципальными закупками

Цифровые коммуникации для государства и НКО

Законотворческий процесс

Спичрайтинг и сопровождение публичной деятельности

Антикризисные коммуникации

Фандрайзинг в некоммерческом секторе

Нормативное сопровождение деятельности бизнеса за рубежом

Репутационный менеджмент

4. Маголего

Дополнительный модуль даёт студенту возможность получить дополнительные компетенции, позволяющие персонализировать ИУП по его запросу. Элементы модуля выбираются из общеуниверситетского пула дисциплин. Выбор студентом дисциплин ИУП происходит самостоятельно и/или по согласованию с академическим наставником.

5. Государственная итоговая аттестация (ГИА)

Модуль позволяет установить уровень результатов освоения студентом ОП.

- Защита выпускной квалификационной работы

Конкурентные преимущества программы

Программа направлена на развитие прикладных и исследовательских компетенций, необходимых для успешной работы PR-специалиста в органах государственной власти и в третьем секторе. В процессе обучения особое внимание уделяется стратегическим коммуникациям, продвижению международных проектов, фандрайзингу, инструментам социального маркетинга, использованию больших и открытых данных. Конкурентные преимущества программы:

- сочетание фундаментальных и прикладных знаний
- преподаватели-программы - ведущие практики в своих областях
- проектная работа в формате проектно-исследовательской мастерской
- вовлеченность в реализацию прикладных проектов с первых дней обучения

Характеристика профессиональной деятельности и перечень профессиональных компетенций выпускника

Выпускники программы обладают набором компетенций, позволяющих им выстраивать коммуникационные процессы между государственными структурами, некоммерческими организациями и бизнесами, взаимодействующими с ними:

- ПК-1 Способен создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу;
- ПК-2 Способен проводить сравнительный анализ возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей;
- ПК-3 Способен составлять аналитические справки, экспертные заключения, отчеты, обзоры и прогнозы на основе результатов анализа коммуникационной среды;
- ПК-4 Способен к созданию и анализу текстов в PR и рекламе;
- ПК-5 Способен обрабатывать данные с целью построения коммуникационной кампании, в том числе используя специальное программное обеспечение;
- ПК-6 Способен консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью;
- ПК-7 Способен проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью фирмы.

Сформированные у выпускников компетенции позволяют им работать в:

- органах государственной власти и местного самоуправления;
- аппаратах политических партий;
- агентствах по связям с общественностью и государственными органами;
- благотворительных фондах;
- подразделениях по маркетингу и рекламе в коммерческих компаниях;
- подразделениях по внешним связям и службах протоколов международных и наднациональных организаций;
- секретариатах лиц, занимающих государственные должности в РФ;
- аналитических и консалтинговых центрах.

Характеристики образовательных модулей программы

Учебный план состоит из нескольких модулей:

1. Ключевые семинары

— Семинар наставника «Практикум взаимодействия государства с бизнесом» сопровождает студентов на протяжении всего периода обучения в магистратуре. Дисциплина направлена на развитие у студентов

ключевых мягких навыков, необходимых для профессиональной деятельности в публичной сфере: стратегического мышления, командной работы, проектного менеджмента и самопрезентации. В рамках дисциплины индустриальный наставник программы помогает магистрантам определить перспективные направления индивидуального карьерного развития и адаптировать обучение под выбранную траекторию. Отдельные занятия проводятся в формате встреч с приглашенными экспертами – представителями PR- и GR-подразделений крупных компаний и фондов, руководителями пресс-служб государственных органов, политическими деятелями.

— Научно-исследовательский семинар направлен на обучение студентов применению исследовательского инструментария для решения практических задач в сфере публичных коммуникаций. Особое внимание уделяется проектированию прикладных исследований в интересах государственных структур, НКО и бизнеса, ориентированного на взаимодействие с ними. Студенты учатся выстраивать дизайн исследования и подбирать релевантные методы (качественные и количественные), а также интерпретировать результаты для их последующего применения в управлении коммуникациями. В рамках семинара оказывается методическая поддержка студентов при подготовке проектов Мастерских и выпускных квалификационных работ.

2. Практика

— Проект «Мастерские» является ключевым блоком практической подготовки и подразумевает групповую работу студентов над проектными заданиями от государственных структур, НКО или бизнеса. В течение двух лет магистранты проходят все этапы проектного цикла: определение проблемы, постановка цели, подготовка аналитических материалов, разработка комплексного решения, презентация результатов. Работа студентов над проектами осуществляется под наставничеством представителей организаций-заказчиков, ведущих профессионалов индустрии – руководителей GR-направлений бизнес-компаний, опытных PR-специалистов, руководителей благотворительных фондов и фандрайзеров. Наставники Мастерских погружают студентов в отраслевую специфику, внутренние процессы организаций, привлекают к участию в профильных мероприятиях, что способствует сближению с профессиональным сообществом. Результат каждого проекта – актуальная для заказчика стратегия по взаимодействию с органами власти, проект коммуникационной кампании для внедрения законопроекта, фандрайзинговая стратегия, коммуникационная стратегия для привлечения целевой аудитории и пр.

— Прикладной проект предполагает подготовку студентами решения конкретной коммуникационной задачи в интересах партнерской организации. Проект подразумевает групповой формат работы и ориентирован на практическое применение студентами освоенных в рамках обучения инструментов.

— Подготовка выпускной квалификационной работы предполагает применение студентами сформированных в рамках обучения навыков. Студенты разрабатывают исследование или проект на основе анализа актуальных проблем в сфере публичных или политических коммуникаций. ВКР может быть реализована в формате индивидуальной диссертации, а также группового или индивидуального проекта.

3. Major (или профессиональный модуль)

На обязательных дисциплинах студенты:

— Формируют понимание институциональной и нормативной специфики коммуникаций в государственном и некоммерческом секторе, включая особенности подотчетности, регламентации, публичности и взаимодействия с гражданским обществом;

— Осваивают ключевые коммуникационные инструменты, применяемые в государственном управлении и при реализации социально-ориентированных инициатив – от анализа стейкхолдеров до разработки коммуникационных стратегий и планов кампаний;

— Разбираются в структуре и функциях коммуникационных подразделений государственных и

некоммерческих структур, научатся формулировать задачи и ожидания внутри организаций и выстраивать эффективное взаимодействие с внешними аудиториями;

— Овладевают методами проведения прикладных исследований в области коммуникаций — от проектирования дизайна собственных исследований в интересах индустрии до сбора, обработки и анализа полученных данных;

— Развивают навыки проектной работы и презентации результатов, а также научатся управлять собственными и коллективными ресурсами при реализации коммуникационных инициатив.

Дисциплины по выбору позволяют студентам углубить знания и развить компетенции в сфере коммуникаций в соответствии с индивидуальной профессиональной траекторией и карьерными целями. Курсы охватывают широкий спектр прикладных направлений в области коммуникаций, а также раскрывают особенности коммуникаций в специфических секторах: здравоохранении, городской среде, избирательной сфере.

4. МагоЛего

Модуль «МагоЛего» дает студентам возможность получить дополнительные компетенции, позволяющие персонализировать индивидуальный учебный план. В данном модуле студенты выбирают дисциплины из общеуниверситетского пула, соответствующие их индивидуальной образовательной траектории.

5. Государственная итоговая аттестация (ГИА)

Модуль позволяет оценить результаты освоения студентом образовательной программы. В рамках модуля ГИА студенты защищают выпускную квалификационную работу проектного или научно-исследовательского типа. Работы выполняются индивидуально или в групповом формате.

Адаптация программы для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Образовательная программа высшего образования НИУ ВШЭ адаптирована для обучения на ней инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. В учебном процессе используются специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Особенности адаптации программ учебных дисциплин содержатся в полной версии каждой программы учебной дисциплины и доступны студентам через электронную образовательную среду.

Комплект документов образовательной программы

Все документы образовательной программы хранятся в электронном виде на настоящем сайте образовательной программы. Учебные планы, календарные учебные графики, программы учебных дисциплин разрабатываются и проходят электронные процедуры утверждения в корпоративных информационных системах. Их актуальные версии автоматически публикуются на сайте ОП. Методические материалы, оценочные средства и иные материалы образовательной программы в актуальном виде хранятся на сайте образовательной программы в соответствии с локальными нормативными актами университета.

Подтверждаю актуальность комплекта документов образовательной программы, размещенных на настоящем сайте образовательной программы.

Проректор С.Ю. Рошин

[Паспорт образовательной программы «Коммуникации в государственных структурах и НКО»](#)

