



National Research University Higher School of Economics (HSE)

Basic Curriculum

Field of study 42.04.01 Advertising and Public Relations

Educational Programme "Integrated Communications"

Trajectories: "Brand Management and Strategic Communications", "Communication Consulting"

Implementing unit: Faculty of Creative Industries, HSE - Moscow

Years of Study: 2025/2026 - 2026/2027

Length of Programme: 2 years

Mode of Study: Full Time

Degree: Master's degree / MBA

APPROVED

21.04.2025

Vice Rector

ROSHCHIN S.Y.

Signed with EDS

Block Code	Course	Subject type	Credits	Credits by Years		Planned Educational Programme Development Results
				1	2	
	Degree Programme		120,00	60,00	60,00	
	Communication Consulting (Applied track)		120,00	60,00	60,00	
	Key Seminars		21,00	12,00	9,00	
	Mentor's Seminar		5,00	2,00	3,00	
1	Mentor's Seminar "Communication Consulting"	C	5,00	2,00	3,00	GPC-1.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-2, UC-3, UC-6
	Research Seminars		6,00		6,00	
1	Research Seminar "Research Work in the Field of Communications"	E	6,00		6,00	GPC-3.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
2	Project-Research Seminar "Project Work on a Communication Proposal"	E	6,00		6,00	GPC-3.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
	Internship		27,00	6,00	21,00	
	Free					
	Preparation of the Graduate Thesis		6,00		6,00	
1	Preparation of Graduation Thesis	C	6,00		6,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
	Fixed		21,00	6,00	15,00	

1	Term Paper	C	6,00	6,00		GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
2	Work Experience Internship	C	10,00		10,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
3	Applied Project	C	5,00		5,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
	Major		60,00	39,00	21,00	
	-		18,00	9,00	9,00	
1	Communication Consulting	C	6,00	6,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5
2	Корпоративные и бренд коммуникации	C	3,00	3,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-3, UC-1, UC-5
3	Crisis Communication	C	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-3, PC-4, UC-1
4	Internal Communications	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, UC-1
5	Online Reputation Management	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-3, UC-1, UC-4
	-		9,00		9,00	
	Elective Courses		3,00		3,00	
1	Neuromarketing	E	3,00		3,00	GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-1, UC-5
2	Communications in Fashion Industry	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-2, UC-1
3	Digital Marketing: Channels and Technologies	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-7.APR, PC-6, PC-7, UC-1, UC-4
	Elective Courses		3,00		3,00	
1	Promotion of Social Projects and Non-Profit Organizations	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-2, UC-1
2	Brand Communications on Marketplaces	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, UC-1, UC-4
3	Speechwriting and Principles of Effective Communication Messages	E	3,00		3,00	GPC-4.APR, PC-7, UC-4, UC-6

	Elective Courses		3,00		3,00	
1	Event Management	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-6, PC-7, UC-1, UC-4
2	Personal Branding	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-4, UC-5, UC-6
3	Generative Models of Artificial Intelligence in Communications and Branding	E	3,00		3,00	GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-2, PC-3
	Core Courses		6,00	3,00	3,00	
1	Media Strategy and Its Impact on Business Results	C	3,00	3,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-4, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4
2	Self-Presentation and Self-Development in International Academic Community (offered in a foreign language)	C	3,00		3,00	GPC-3.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-6
	Magolego		9,00	3,00	6,00	
1	All-university Pool MAGOLEGO Courses	C	6,00		6,00	UC-1, UC-3, UC-4
	Final State Certification (FSC)		3,00		3,00	
1	Final Qualification Paper	C	3,00		3,00	GPC-3.APR, PC-3, PC-4, UC-1, UC-4
	Brand Management and Strategic Communications (Applied track)		120,00	60,00	60,00	
	Key Seminars		21,00	12,00	9,00	
	Mentor's Seminar		5,00	2,00	3,00	
1	Mentor's Seminar "Brand Management and Strategic Communications"	C	5,00	2,00	3,00	GPC-1.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-2, UC-3, UC-6
	Research Seminars		6,00		6,00	
1	Research Seminar "Research Work in the Field of Communications"	E	6,00		6,00	GPC-3.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
2	Project-Research Seminar "Project Work on a Communication Proposal"	E	6,00		6,00	GPC-3.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
	Internship		27,00	6,00	21,00	
	Free					
	Preparation of the Graduate Thesis		6,00		6,00	
1	Preparation of Final Qualification Work	E	6,00		6,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
	Fixed		21,00	6,00	15,00	
1	Term Paper	C	6,00	6,00		GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6

2	Applied Project	C	5,00		5,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
3	Work Experience Internship	C	10,00		10,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
	Major		60,00	39,00	21,00	
	Core Courses		6,00	3,00	3,00	
1	Media Strategy and Its Impact on Business Results	C	3,00	3,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-4, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4
2	Self-Presentation and Self-Development in International Academic Community (offered in a foreign language)	C	3,00		3,00	GPC-3.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-6
	-		18,00	9,00	9,00	
1	Brand Management	C	6,00	6,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5
2	Customer Experience Management and Service Design	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-1, UC-1, UC-4
3	Content marketing and creative	E	3,00		3,00	GPC-2.APR, GPC-7.APR, UC-1
4	Product Marketing for Brand Managers	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, UC-1, UC-2, UC-4
5	Brand Building and Rebranding	C	3,00	3,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-7.APR, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5
	-		9,00		9,00	
	Elective Courses		3,00		3,00	
1	Communications in Fashion Industry	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-2, UC-1
2	Neuromarketing	E	3,00		3,00	GPC-2.APR, GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-1, UC-5
3	Digital Marketing: Channels and Technologies	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-7.APR, PC-6, PC-7, UC-1, UC-4
	Elective Courses		3,00		3,00	
1	Promotion of Social Projects and Non-Profit Organizations	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-2, UC-1
2	Brand Communications on Marketplaces	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, UC-1, UC-4

3	Speechwriting and Principles of Effective Communication Messages	E	3,00		3,00	GPC-4.APR, PC-6, PC-7, UC-4, UC-6
	Elective Courses		3,00		3,00	
1	Event Management	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-6, PC-7, UC-1, UC-4
2	Personal Branding	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-4, UC-5, UC-6
3	Generative Models of Artificial Intelligence in Communications and Branding	E	3,00		3,00	GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-2, PC-3
	Magolego		9,00	3,00	6,00	
1	All-university Pool MAGOLEGO Courses	C	6,00		6,00	UC-1, UC-3, UC-4
	Final State Certification (FSC)		3,00		3,00	
1	Final Qualification Paper	C	3,00		3,00	GPC-1.APR, PC-3, PC-4, UC-1, UC-4
	General Components		40,00	40,00		
	Key Seminars		10,00	10,00		
1	Research Seminar: Basics of Research and Project	C	9,00	9,00		GPC-3.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4, UC-5, UC-6
2	Mentor's Seminar "Self-Development in Communication Industry"	C	1,00	1,00		GPC-1.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-6, PC-7, UC-2, UC-3, UC-6
	Internship					
	Free					
	Preparation of the Graduate Thesis					
	Fixed					
	Major		27,00	27,00		
	Core Courses		27,00	27,00		
1	Strategy and Management in Communications	C	6,00	6,00		GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-11, PC-2, PC-3, UC-1, UC-2
2	Integrated Communications and Brand Promotion	C	6,00	6,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-4, UC-1, UC-2, UC-3, UC-4
3	PR and Reputation Management of the Company	C	3,00	3,00		GPC-1.APR, GPC-4.APR, GPC-7.APR, PC-1, PC-10, PC-3, PC-9, UC-1, UC-2
4	Consumer Psychology	C	3,00	3,00		GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, PC-1, UC-5
5	Qualitative Methods in Communications	C	6,00	6,00		GPC-3.APR, GPC-4.APR, GPC-6.APR, PC-1, PC-4, PC-8, UC-4, UC-5
6	Transformation of Communications: Data, Technology, AI	C	3,00	3,00		GPC-1.APR, GPC-2.APR, GPC-4.APR, GPC-5.APR, GPC-6.APR, GPC-7.APR
	Magolego		3,00	3,00		
1	All-university Pool MAGOLEGO Courses	C	3,00	3,00		UC-1, UC-3, UC-4

Curriculum agreed:

Academic Supervisor	Грязева Л.Е.	11.04.2025
Dean	BYSTRITSKIY A.G.	14.04.2025
Head of Centre for Educational Model Design	LEPESHKIN I.A.	18.04.2025

Образовательная программа направлена на формирование и развитие следующих компетенций (результатов освоения):

Competence code	Name of the competence
UC-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.
UC-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.
UC-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели.
UC-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.
UC-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
UC-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течении всей жизни.
GPC-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
GPC-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
GPC-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

GPC-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.
GPC-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
GPC-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии.
GPC-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере. Следуя принципам социальной ответственности.
PC-1	Способен управлять процессом организации маркетинговых исследований в компании
PC-1	Способен проводить анализ внешних коммуникаций и внутренний коммуникационный аудит
PC-2	Способен управлять созданием коммуникационных материалов и организацией мероприятий
PC-2	Способен подбирать инструменты для реализации коммуникационной стратегии бренда и оценивать их эффективность
PC-3	Способен адаптировать бренд-стратегию под специфику целевой аудитории
PC-3	Способен создавать проекты по улучшению корпоративной культуры и развитию HR бренда
PC-4	Способен оценивать репутационные риски и составлять комплексный план антикризисных коммуникаций
PC-4	Способен управлять командой
PC-5	Способен управлять созданием контента
PC-5	Способен управлять командой
PC-6	Способен консультировать бизнес и создавать рекомендации в области стратегий бренда и коммуникаций
PC-6	Способен консультировать бизнес и создавать рекомендации в области стратегий бренда и коммуникаций
PC-7	Способен формировать собственный экспертный образ для коммуникации с заказчиками, командой, подрядчиками, общественностью
PC-7	Способен формировать собственный экспертный образ для коммуникации с заказчиками, командой, подрядчиками, общественностью
PC-8	Способен проводить анализ внешних коммуникаций и внутренний коммуникационный аудит

PC-9	Способен управлять созданием коммуникационных материалов и организацией мероприятий
PC-10	Способен создавать проекты по улучшению корпоративной культуры и развитию HR бренда
PC-11	Способен оценивать репутационные риски и составлять комплексный план антикризисных коммуникаций

* Subject type:

Compulsory course

C

Elective course

E