



Институт медиа
Факультет креативных
индустрий

Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью

Продолжительность обучения	4 года
Форма обучения	очная
Направление подготовки	«Реклама и связи с общественностью»,
Диплом	«Медиакоммуникации» бакалавр по направлениям «Реклама и связи с общественностью» и «Медиакоммуникации»
Язык обучения	русский

Информация о приеме в 2024 году

По направлению «Реклама и связи с общественностью»

Бюджетные места	Платные места	Платные места для иностранцев
20	200	10

Информация о приеме в 2024 году

По направлению «Медиакоммуникации»

Бюджетные места	Платные места	Гибкая система скидок
5	50	

Адрес:

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

Центр по работе с абитуриентами Школы коммуникаций

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

E-mail: comm-abit@hse.ru

Сфера коммуникаций предполагает большое количество самых разных задач. Как и везде, здесь есть рутинные дела. В коммуникациях может быть непросто. Но, без всякого сомнения, вам никогда не будет скучно!

Мария Мордвинова,
академический руководитель программы
«Реклама и связи с общественностью»

Вступительные испытания в 2024 году

По направлению «Реклама и связи с общественностью»

Обществознание
Минимальный балл
60

Русский язык
Минимальный балл
60

**История / иностранный язык /
информатика и ИКТ**
(один ЕГЭ на выбор)
Минимальный балл
60

Вступительные испытания в 2024 году

По направлению «Медиакоммуникации»

Литература
Минимальный балл
60

Русский язык
Минимальный балл
60

**Иностранный язык / история /
обществознание**
(один ЕГЭ на выбор)
Минимальный балл
60

Академический руководитель программы
Мария Мордвинова



О программе

«Реклама и связи с общественностью» НИУ ВШЭ – первый в России бакалавриат, выпускающий специалистов по двум направлениям подготовки в сфере коммуникаций.

Программа признана лучшей в рейтинге кафедр российских вузов, готовящих специалистов в сфере рекламы. Рейтинг составляет Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) – крупнейшая профессиональная ассоциация участников российского рынка рекламы.

Во время учебы у студентов формируются навыки аналитической работы и практической деятельности: они получают знания в области разработки коммуникационных стратегий, контент-маркетинга, бренд-менеджмента, взаимодействия со СМИ и технологий конструирования контента, построения HR-бренда, реализации диджитал-проектов. В образовательный процесс интегрированы бизнес- и коммуникационные симуляторы.

Структура образовательного процесса на программе «Реклама и связи с общественностью»

1-й курс

- Введение в диджитал-коммуникации
- Психология коммуникаций
- Научно-исследовательский семинар

2-й курс

- Основы маркетинга
- Социология массовых коммуникаций
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Английский язык
- Программирование на языке Python
- Коммуникации в политических процессах и институтах
- Речевой этикет: вежливость и коммуникативные стратегии
- Научно-исследовательский семинар
- Теория игр
- Медийный ландшафт и медиапотребление
- Проектная деятельность
- Основы теории коммуникации (часть 1)

3-й курс

- Управление коммуникационными проектами
- Административно-правовое регулирование сферы коммуникаций
- Производственная практика
- Теория международных отношений
- Научно-исследовательский семинар
- Управление интегрированными коммуникациями
- Культурные и креативные индустрии

4-й курс

- Ведение переговоров
- Перформанс-маркетинг
- Видео в создании контента
- Основы предпринимательства
- Медиапланирование
- Управление интегрированными коммуникациями

На третьем курсе студенты становятся участниками деловой игры.

Деловая игра – формат, который позволяет применить все полученные в ходе обучения навыки при решении задач реального клиента.

Каждый год в рамках дисциплины обновляется состав клиентов и задач. С 2014 года клиентами на деловой игре были **BIOSCAD, «Яндекс», Splat, Пушкинский музей, S7, МТС, «МегаФон», Почта России, «Росатом», Volvo, «Лужники»** и др.

На третьем курсе студенты делают выбор из 8 специализаций программы. Специализация – это связанный набор дисциплин, на которых студенты углубленно изучают выбранное направление коммуникаций.

Культура и коммуникации

- Культура и коммуникации
- Глобальная визуальная культура
- Культурный интеллект и культурная грамотность
- Создание личного бренда
- Семиосфера и социальный символизм
- Качественные методы в коммуникационных исследованиях
- Микрокультуры и глобализация
- Спонсорство и партнерство

Реклама

- Создание рекламного продукта
- Stream Sales в диджитал-коммуникациях
- Немедийные коммуникации
- Социальный маркетинг
- Видеоаудиопроизводство коммуникационного продукта
- Креатив в диджитал-коммуникациях
- Тенденции в развитии рекламы: серия мастер-классов
- Копирайтинг

Политические коммуникации

- Введение в прикладные политические коммуникации
- Антикризисные коммуникации
- Взаимодействие бизнеса и власти: российский и зарубежный опыт
- Политический конфликт и аналитика
- Особенности электорального поведения
- Медиаисследования: измерения и метрики

- Политические партии и избирательный процесс в России и за рубежом
- Теория элит

Маркетинг

- Маркетинг в интегрированных коммуникациях
- Создание рекламного креатива
- Коммуникация в диджитал. Новые каналы
- Немедийные коммуникации
- Создание бренда с нуля
- Brandformance-маркетинг
- Тенденции в развитии рекламы: серия мастер-классов
- Контент-маркетинг

Исследования в коммуникациях

- Инструменты и методы в коммуникационных исследованиях
- Репутационные исследования
- Качественные методы в коммуникационных исследованиях
- UX/UI-исследования и аналитика
- Инструменты и методы работы с большими массивами текстовой информации
- Когнитивные исследования и нейромаркетинг
- Медиаисследования: измерения и метрики
- Сертификация Brand Analytics

Связи с общественностью

- Основы взаимодействия со СМИ и технология конструирования контента
- Антикризисные коммуникации
- Немедийные коммуникации
- Социальный маркетинг
- Внутренние коммуникации
- Креатив в диджитал-коммуникациях
- Тенденции в развитии PR-технологий: серия мастер-классов
- Контент-маркетинг

Коммуникации в цифровой среде

- Коммуникации в цифровой среде
- Управление диджитал-агентством
- Онлайн-маркетинг, основанный на больших данных
- Ивент-интеграция в Metaverse и гибридные мероприятия
- Stream Sales в диджитал-коммуникациях
- SMM-практика и SMCS (ведение и продвижение)
- UX/UI-исследования и аналитика
- Сертификация Brand Analytics

Управление брендом работодателя

- Антикризисные коммуникации
- Внутренние коммуникации
- Управление брендом работодателя
- Психология управления персоналом
- Создание личного бренда
- Инструменты продвижения бренда работодателя среди соискателей
- Социальный маркетинг
- Копирайтинг

Партнеры производственной практики Школы коммуникаций – более 50 рекламных, PR-, маркетинговых российских и международных компаний: **группа компаний «Родная речь», TWIGA, Group4Media, i.com, JAMI, Media Instinct, RedLine, PromoAge, maslov:agency.**

Также студенты проходят практику в таких компаниях, как технологический холдинг **Mail.ru, МТС, «Яндекс», «Аэрофлот», Health&Nutrition (ex. Danone), Shkulev Media Holding, Sports.ru, AdIndex, «Сколково», Сбер, «Алроса».**

Где я буду работать

- Рекламные, коммуникационные, PR-, ивент-, диджитал-агентства
- Средства массовой информации (СМИ)
- Креативные бюро
- Некоммерческие организации (НКО)
- Отделы маркетинга, рекламы и связей с общественностью российских и зарубежных корпораций
- Креативные, клиентские и стратегические отделы компаний

Кем я буду работать

- Директор по стратегическим коммуникациям
- Директор по внешним/внутренним коммуникациям
- Директор по развитию
- Креативный директор
- GR-консультант, PR-консультант
- Account-менеджер
- Контент-менеджер
- Руководитель пресс-службы

6 преимуществ обучения в бакалавриате Высшей школы экономики

1

Английский: говорим, читаем и пишем свободно

Изучение языка на уровне, который даст полную свободу общения в академической среде и возможность получения международного сертификата.

2

Майноры – курсы на выбор из других специализаций

Дополнительная образовательная траектория сверх подготовки по основному образовательному направлению. Возможность получить вторую специальность или расширить общий кругозор.

3

Data Culture: стать экспертом по работе с данными

Возможность выйти на профессиональный или даже экспертный уровень в использовании методов и инструментов в области Data Science, позволяющих решать задачи на стыке предметных областей и передовых компьютерных технологий.

4

Проектная работа: применяем знания на практике

Большой объем внеаудиторной деятельности, предусматривающей включение студента в практическую работу как в университете, так и за его пределами. Хороший шанс установить контакт с будущим работодателем.

5

Студенческая жизнь: это надо попробовать

Более 100 студенческих организаций, тысячи мероприятий и свое самоуправление. Описать студенческую жизнь практически невозможно: слишком динамичная, разнообразная и для каждого своя. Единственный способ ее познать – стать ее частью.

6

Международные партнеры и возможность учиться за рубежом

Возможность пройти часть обучения в зарубежном университете, принять участие в семинарах, летних или зимних школах, которые проводят партнерские университеты в странах Европы, Азии и Америки.



Сайт программы

hse.ru/ba/ad

Приемная комиссия

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

Тел.: +7 (495) 771 32 42
E-mail: abitur@hse.ru