

Паспорт образовательной программы «Интегрированные коммуникации»

Обучение ведется по направлению

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Утверждение программы

Приказ № 6.18.1-01/1507-07 от 15.07.2014

Образовательный стандарт НИУ ВШЭ

[Образовательный стандарт НИУ ВШЭ уровень высшего образования – магистратура \(с 2022 года набора\)\(электронная подпись\)](#) (PDF, 1.05 Мб)

Дата обновления паспорта

Протокол УС факультета креативных индустрий № 2.2-01/230523-01-Эл 22.05.2023

Сетевая форма реализации

Нет

Срок, форма обучения и объем

2 года

Очная форма обучения, 120 з.е.

Язык реализации

RUS

ENG

Обучение ведется на русском и частично на английском языке

Квалификация выпускника

Магистр

Программа двух дипломов

Нет

Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

С применением

Траектории

2023/2024 УЧЕБНЫЙ ГОД

Коммуникационный консалтинг

Вид: Прикладная

Наставник: [Пескова Ольга Юрьевна](#)

Язык реализации: Русский и английский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: С применением

Квалификация выпускника: Магистр

Ключевые образовательные результаты:

- КОР-1 Проводит количественные и качественные исследования для формирования стратегии коммуникаций компании
- КОР-2 Проводит коммуникационный аудит и формулирует рекомендации
- КОР-3 Разрабатывает коммуникационные стратегии в области внешних и внутренних коммуникаций компании
- КОР-4 Управляет интегрированными коммуникациями

Характеристика профессиональной деятельности:

Совокупность универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, сформированных у выпускника, позволит ему осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области или сфере профессиональной деятельности, или решать задачи профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческий
- производственно-технологический
- научно-исследовательский

Профессиональные компетенции:

- ПК-1 Способен проводить анализ внешних коммуникаций и внутренний коммуникационный аудит
- ПК-2 Способен управлять созданием коммуникационных материалов и организацией мероприятий
- ПК-3 Способен создавать проекты по улучшению корпоративной культуры и развитию HR бренда
- ПК-4 Способен оценивать репутационные риски и составлять комплексный план антикризисных коммуникаций
- ПК-5 Способен управлять командой
- ПК-6 Способен консультировать бизнес и создавать рекомендации в области внутренних и внешних коммуникаций
- ПК-7 Способен формировать собственный экспертный образ для коммуникации с заказчиками, командой, подрядчиками, общественностью

Характеристика образовательных модулей:

1) Модуль «Ключевые семинары»:

Семинар наставника - направлен на проработку траектории обучения каждого студента и развития мягких навыков, требуемых для работы в выбранной области, с учетом способностей каждого студента, а также поставленных образовательных задач. В рамках семинара наставника студенты также имеют возможность сформировать свою рабочую траекторию и получить рекомендации и навыки для развития как специалиста и руководителя.

Научно-исследовательский семинар - помогает развить навыки критического мышления, интегрировать и применять знания о проведении исследований и анализе вторичных данных для решения поставленных задач, проектировать дизайн исследования и выбирать наиболее подходящие методы, организовывать работу по проведению исследования.

2) Модуль «Практика»

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

Включает в себя курсовую работу студентов и подготовку выпускной квалификационной работы (ВКР) проектного либо научно-исследовательского характера, а также групповой практический проект.

На втором году обучения студенты проходят производственную практику по специальности для закрепления полученных знаний в рамках обучения. Вакансии на практику предоставляются университетом, также студент может самостоятельно выбрать место практики (в соответствии с требованиями университета) и договориться о практике с компанией.

Примеры компаний, в которых работают студенты: 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, Skulev media holding, AKAP, AKOC и другие.

3) Модуль «Major» включает обязательные дисциплины и дисциплины по выбору студентов.

Обязательные дисциплины:

- Стратегия и управление в коммуникациях
- Управление интегрированными коммуникационными кампаниями
- Основы дата-ориентированных коммуникаций
- Маркетинговые исследования
- Качественные методы в коммуникациях
- Коммуникационный консалтинг и аудит
- Антикризисные коммуникации
- Репутационный менеджмент
- Внутренние коммуникации
- HR брендинг

Дисциплины по выбору:

- Ивент-менеджмент
- Нейромаркетинг
- Управление потребительским опытом и клиентский путь
- Консалтинг малого бизнеса и стартапов
- Персональный брендинг
- Инструменты и сервисы цифрового маркетинга

4) Модуль «МагоЛего»

В модуле «МагоЛего» студенты выбирают дисциплины из общеуниверситетского пула, соответствующие их индивидуальной образовательной траектории. Студенты программы могут обратиться к академическому наставнику за помощью в формировании своего ИУП в рамках данного модуля.

5) Модуль государственной итоговой аттестации (далее – ГИА)

В рамках модуля ГИА студенты защищают выпускную квалификационную работу проектного или научно-исследовательского типа. Работы выполняются индивидуально на основе проектов, разработанных в рамках обучения на программе.

Управление брендом и стратегические коммуникации

Вид: Прикладная

Наставник: [Грязева Лариса Евгеньевна](#)

Язык реализации: Русский и английский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: С применением

Квалификация выпускника: Магистр

Ключевые образовательные результаты:

KOP-1 Проводит количественные и качественные исследования для управления брендом и стратегическими коммуникациями

KOP-2 Анализирует потребительское поведение для принятия решений по управлению брендом

KOP-3 Разрабатывает бренд- и коммуникационные стратегии

KOP-4 Управляет интегрированными коммуникациями

Характеристика профессиональной деятельности:

ПК-1 Способен управлять процессом организации маркетинговых исследований в компании

ПК-2 Способен подбирать инструменты для реализации коммуникационной стратегии бренда и оценивать их эффективность

ПК-3 Способен адаптировать бренд-стратегию под специфику целевой аудитории

ПК-4 Способен управлять командой

ПК-5 Способен управлять созданием контента

ПК-6 Способен консультировать бизнес и создавать рекомендации в области стратегий бренда и коммуникаций

ПК-7 Способен формировать собственный экспертный образ для коммуникации с заказчиками, командой, подрядчиками, общественностью

Совокупность универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, сформированных у выпускника, позволит ему осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области или сфере профессиональной деятельности, или решать задачи профессиональной деятельности следующих типов: организационно-управленческий; производственно-технологический; научно-исследовательский.

— **Характеристика образовательных модулей:**

1) Модуль «Ключевые семинары»:

Семинар наставника - направлен на проработку траектории обучения каждого студента и развития мягких навыков, требуемых для работы в выбранной области, с учетом способностей каждого студента, а также поставленных образовательных задач. В рамках семинара наставника студенты также имеют возможность сформировать свою рабочую траекторию и получить рекомендации и навыки для развития как специалиста и руководителя.

Научно-исследовательский семинар - помогает развить навыки критического мышления, интегрировать и применять знания о проведении исследований и анализе вторичных данных для решения поставленных задач, проектировать дизайн исследования и выбирать наиболее подходящие методы, организовывать работу по проведению исследования.

2) Модуль «Практика»

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

Включает в себя курсовую работу студентов и подготовку выпускной квалификационной работы (ВКР) проектного либо научно-исследовательского характера, а также групповой практический проект.

На втором году обучения студенты проходят производственную практику по специальности для закрепления полученных знаний в рамках обучения. Вакансии на практику предоставляются университетом, также студент может самостоятельно выбрать место практики (в соответствии с требованиями университета) и договориться о практике с компанией.

Примеры компаний, в которых работают студенты: BBDO, TWIGA, KPOC, 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, Skulev media holding, AKAP, AKOC и другие.

3) Модуль «Major» включает обязательные дисциплины и дисциплины по выбору студентов.

Обязательные дисциплины:

- Стратегия и управление в коммуникациях
- Управление интегрированными коммуникационными кампаниями
- Основы дата-ориентированных коммуникаций
- Маркетинговые исследования
- Качественные методы в коммуникациях
- Управление брендом
- Психология потребителя
- Бренд-стратегия
- Контент маркетинг и создание креатива
- Коммуникации бренда на маркетплейсах и в офлайн-магазинах

Дисциплины по выбору:

- Ивент-менеджмент
- Нейромаркетинг
- Управление потребительским опытом и клиентский путь
- Консалтинг малого бизнеса и стартапов
- Персональный брендинг
- Инструменты и сервисы цифрового маркетинга

4) Модуль «МагоЛего»

В модуле «МагоЛего» студенты выбирают дисциплины из общеуниверситетского пула, соответствующие их индивидуальной образовательной траектории. Студенты программы могут обратиться к академическому наставнику за помощью в формировании своего ИУП в рамках данного модуля.

5) Модуль государственной итоговой аттестации (далее – ГИА)

В рамках модуля ГИА студенты защищают выпускную квалификационную работу проектного или научно-исследовательского типа. Работы выполняются индивидуально на основе проектов, разработанных в рамках обучения на программе.

2022/2023 УЧЕБНЫЙ ГОД

Интегрированные коммуникации

Вид: Прикладная

Наставник: [Каширских Олег Николаевич](#)

Язык реализации: Русский и английский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: С применением

Квалификация выпускника: Магистр

Ключевые образовательные результаты:

КОР-1

Работает с данными в количественном и качественном (интерпретативном) формате на трех уровнях: уровне сбора данных; уровне обработки данных и использования данных в построении коммуникационных стратегий.

КОР-2

Использует знания о коммуникациях для своевременного выявления кризисных ситуаций и выработки коммуникационных стратегий на защиту и повышение репутации организации/бренда.

КОР-3

Использование интегрированных коммуникаций для решения задачи укрепления бренда и его адаптацию к изменению и усложнению социальной (аудитория) и цифровой сред.

КОР-4

Умеет использовать интегрированные коммуникации для решения (стратегических) коммуникационных задач в области PR.

КОР-5

Умеет использовать интегрированные коммуникации для выработки и проведения рекламных кампаний.

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, в том числе и в цифровой среде
ПК-3	Способен к созданию и анализу текстов в PR и рекламе
ПК-4	Способен обрабатывать данные, с целью построения коммуникационной кампании, в том числе используя специальное программное обеспечение
ПК-5	Способен проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связи 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
01.004 Педагогическая деятельность в профессиональном обучении, профессиональном образовании, дополнительном профессиональном образовании	Научно-исследовательская	ПК-5
06.009. Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания.	Проектная; Экспертно-аналитическая	ПК-2; ПК-3
06.043. Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	Проектная; Экспертно-аналитическая	ПК-4; ПК-2
07.003. Управление персоналом организации.	Проектная; Предпринимательская	ПК-1

08.037. Деятельность по выявлению бизнес-проблем, выяснению потребностей заинтересованных сторон, обоснованию решений и обеспечению проведения изменений в организации.	Проектная; Экспертно-аналитическая; Научно-исследовательская; Предпринимательская	ПК-5;ПК1
---	--	----------

Сегодняшний «портрет выпускника» магистратуры Интегрированные коммуникации – это специалист (со стажировкой) во всех значимых областях коммуникационной индустрии, владеющий:

- инструментальными знаниями непосредственно из индустрии коммуникаций
- исследовательскими методами и практикой качественного и количественного анализа, необходимыми для решения как управленческих, так и оперативных задач в коммуникациях

Объекты профессиональной деятельности выпускников магистерской программы «Интегрированные коммуникации»:

- корпоративный и индустриальный сектор: сфера формирования и реализации PR и рекламных кампаний, управление внутренними коммуникациям;
- государственные учреждения РФ: деятельность в сфере управления взаимодействием, кооперацией и координацией между государственными институтами и акторами бизнеса, политики и гражданского общества

Характеристика образовательных модулей:

Структура образовательного процесса магистерской программы предполагает практико-ориентированный характер обучения в форме интенсивного общения с действующими представителями индустрии коммуникаций (PR и реклама) в рамках лекций, мастер-классов и консультаций. Одновременно, образовательный процесс включает в себя научно-исследовательскую составляющую, что позволяет программе соответствовать современным требованиям рынка труда при подготовке специалистов, обладающих комплексными компетенциями менеджера. Структура учебного плана, как она обеспечивает реализацию целей и задач ОП.

Учебный план состоит из нескольких модулей (новый ОС для студентов 2022 г. набора):

1) Ключевые семинары

Семинар наставника: управление интегрированными коммуникациями - семинар направлен на формирование у студентов навыков планирования своей образовательной траектории в групповой и индивидуальной работе с академическим наставником
 Научно-исследовательский семинар "Основы научно-проектной работы"- в ходе освоения элемента плана студенты учатся работать с научной литературой, критически анализировать результаты научных исследований, определять проблему исследования, формулировать гипотезу, формировать дизайн исследования.

2) Практика

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

Курсовая работа/Курсовой проект

Подготовка выпускной квалификационной работы

Проект

Производственная практика

3) Major (или профессиональный модуль)

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

Обязательные дисциплины:

Стратегия и управление в коммуникациях

Основы дата-ориентированных коммуникаций

Качественные методы в коммуникациях

Маркетинговые исследования

Управление интегрированными коммуникационными кампаниями

А также дисциплины по выбору (согласно учебному плану для каждого года набора)

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

Магистерская программа «Интегрированные коммуникации» занимает уникальное место на рынке образования РФ. Бренд «интегрированные коммуникации» очень точно отражает уникальность образовательного предложения программы. Программа, открытая по профилю рекламы и связей с общественностью, контекстуализирует данный профиль общей коммуникационной концепцией. Программа является фактически и позиционирует себя как программа о «коммуникациях», создавая возможности получить образование в сфере рекламы и связей с общественностью в самом широком контексте его практической

значимости на рынке коммуникационной индустрии. Подбор курсов программы отличается максимальной вариативностью подходов к изучению указанного направления программы с целью создания максимальных возможностей для самореализации всех абитуриентов, интересующихся коммуникациями в свете последних изменений на рынке труда. Программа не только предоставляет возможность получить образование в сфере коммуникаций с учетом их современного интегрированного характера, но и делает это знание максимально практикоориентированным. Программа постоянно адаптирует содержание своих курсов под новейшие тренды коммуникационной индустрии. Этому способствует большое количество (70% от всего преподавательского состава) преподавателей – представителей коммуникационной индустрии. Их непосредственная связь с рынком позволяет им быть проводниками последних требований индустрии, а нашим студентам – успешным соискателями мест на рынке труда.

Характеристика профессиональной деятельности и перечень профессиональных компетенций выпускника

Характеристика профессиональной деятельности и перечень профессиональных компетенций выпускника:

Профессиональные компетенции (для траектории Управление брендом и стратегические коммуникации)	
Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-1	Способен управлять процессом организации маркетинговых исследований в компании
ПК-2	Способен подбирать инструменты для реализации коммуникационной стратегии бренда и оценивать их эффективность
ПК-3	Способен адаптировать бренд-стратегию под специфику целевой аудитории
ПК-4	Способен управлять командой
ПК-5	Способен управлять созданием контента
ПК-6	Способен консультировать бизнес и создавать рекомендации в области стратегий бренда и коммуникаций
ПК-7	Способен формировать собственный экспертный образ для коммуникации с заказчиками, командой, подрядчиками, общественностью

Профессиональные компетенции (для траектории Коммуникационный консалтинг)	
Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-1	Способен проводить анализ внешних коммуникаций и внутренний коммуникационный аудит
ПК-2	Способен управлять созданием коммуникационных материалов и организацией мероприятий
ПК-3	Способен создавать проекты по улучшению корпоративной культуры и развитию HR бренда
ПК-4	Способен оценивать репутационные риски и составлять комплексный план антикризисных коммуникаций
ПК-5	Способен управлять командой
ПК-6	Способен консультировать бизнес и создавать рекомендации в области стратегий бренда и коммуникаций
ПК-7	Способен формировать собственный экспертный образ для коммуникации с заказчиками, командой, подрядчиками, общественностью

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

Область профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Коды профессиональных компетенций
01.004 Педагогическая деятельность в профессиональном обучении, профессиональном образовании, дополнительном профессиональном образовании	Научно-исследовательская	ПК-5
06.009. Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания.	Проектная; Экспертно-аналитическая	ПК-2; ПК-3
06.043. Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	Проектная; Экспертно-аналитическая	ПК-4; ПК-2

07.003. Управление персоналом организации.	Проектная; Предпринимательская	ПК-1
08.037. Деятельность по выявлению бизнес-проблем, выяснению потребностей заинтересованных сторон, обоснованию решений и обеспечению проведения изменений в организации.	Проектная; Экспертно-аналитическая; Научно-исследовательская; Предпринимательская	ПК-5;ПК1

Сегодняшний «портрет выпускника» магистратуры Интегрированные коммуникации – это специалист (со стажировкой) во всех значимых областях коммуникационной индустрии, владеющий:

— инструментальными знаниями непосредственно из индустрии коммуникаций

— исследовательскими методами и практикой качественного и количественного анализа, необходимыми для решения как управленческих, так и оперативных задач в коммуникациях

Объекты профессиональной деятельности выпускников магистерской программы «Интегрированные коммуникации»:

— корпоративный и индустриальный сектор: сфера формирования и реализации PR и рекламных кампаний, управление внутренними коммуникациям;

— государственные учреждения РФ: деятельность в сфере управления взаимодействием, кооперацией и координацией между государственными институтами и акторами бизнеса, политики и гражданского общества

Характеристики образовательных модулей программы

Структура образовательного процесса магистерской программы предполагает практико-ориентированный характер обучения в форме интенсивного общения с действующими представителями индустрии коммуникаций (PR и реклама) в рамках лекций, мастер-классов и консультаций. Одновременно, образовательный процесс включает в себя научно-исследовательскую составляющую, что позволяет программе соответствовать современным требованиям рынка труда при подготовке специалистов, обладающих комплексными компетенциями менеджера. Структура учебного плана, как она обеспечивает реализацию целей и задач ОП.

Учебный план состоит из нескольких модулей (новый ОС для студентов 2022 г. набора):

1) Ключевые семинары

Семинар наставника: управление интегрированными коммуникациями - семинар направлен на формирование у студентов навыков планирования своей образовательной траектории в групповой и индивидуальной работе с академическим наставником

Научно-исследовательский семинар "Основы научно-проектной работы"- в ходе освоения элемента плана студенты учатся работать с научной литературой, критически анализировать результаты научных исследований, определять проблему исследования, формулировать гипотезу, формировать дизайн исследования.

2) Практика

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

Курсовая работа

Подготовка выпускной квалификационной работы

Групповой проект

Производственная практика

3) Major (или профессиональный модуль)

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

Обязательные дисциплины:

Актуальные тенденции на рынке коммуникаций

Основы дата-ориентированных коммуникаций

Сбор и анализ качественных данных в рекламе и PR

Сбор и анализ количественных данных в рекламе и PR

Управление интегрированными коммуникационными кампаниями

А также дисциплины по выбору (согласно учебному плану для каждого года набора)

Содержание основных дисциплин магистерской программы:

Преподавание дисциплин, направленных на формирование знаний, необходимых для обретения навыков самостоятельного исследования («Сбор и анализ качественных данных в рекламе и PR», «Сбор и анализ количественных данных в рекламе и PR», и т.д.) сопровождается изучением большого количества дисциплин прикладного характера, которые преподают опытные специалисты-практики.

На этих курсах студенты:

1. Получат навыки работы с брендинговыми и маркетинговыми инструментами, направленными на формирование позитивного восприятия компании.
2. Войдут в роль специалиста по внутренним коммуникациям с целью превращения своей компании в единый организм посредством развития внутренних

каналов и систем обратной связи.

3. Обретут компетенции в межперсональной коммуникации.

4. Поймут роль и задачи отдела рекламы, а также научатся формировать ожидания смежных подразделений, создавать ключевые сообщения, развивать рекламные и коммуникационные брифы, выстраивать связь коммуникаций и бизнес-задач, принимать оптимальные решения по проведению рекламных кампаний, выбирать и выстраивать работу с партнерами-агентствами (медиа, креатив, BTL), оценивать эффективность проведенных кампаний и работы отдела.

5. Получат компетенции, связанные с планированием и осуществлением интегрированных коммуникационных кампаний, с упором на специфические инструменты и технологии, присущие рекламе и связям с общественностью.

6. Изучат каналы и структуру интегрированной коммуникационной кампании, этапы ее создания и планирования, производство рекламных материалов, реализацию PR-проектов и проектов в SM.

7. Получат общетеоретические и практические знания в области политической коммуникации в контексте кросс-национальных перспектив.

8. Познакомятся с бизнес-логикой функционирования агентства рекламы и СО, практическими аспектами организации работы по управлению агентством и отдельными отделами, технологиями построения проектов, внутривидовыми отношениями и отношениями с внешними партнерами, вопросами бюджетирования, продвижения и оценки эффективности.

9. Практико-ориентированный курс программы – «Управление интегрированными коммуникационными кампаниями» – связан сквозной игрой по созданию интегрированной коммуникационной кампании на основе реального задания клиента.

10. По отдельным узкоспециализированным темам будут приглашаться гости-спикеры – ведущие специалисты отрасли. Курсы содержат большое количество практических примеров, предполагают привлечение студентов к самостоятельному поиску решений реальных проблем, с которыми сталкиваются компании. В процессе обучения запланированы практические занятия на площадках таких компаний, как КРОС, Twiga, Mint BBDO Group и др.

4) Магалего

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



Информация о возможностях и способах выбора (распределения) по специализациям/траекториям

[Организация распределения студентов на образовательные траектории ОП магистратуры "Интегрированные коммуникации"](#)

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. Рощин

[Паспорт образовательной программы «Интегрированные коммуникации»](#)

