



Очная бакалаврская программа НИУ ВШЭ

# СТРАТЕГИЯ И ПРОДЮСИРОВАНИЕ В КОММУНИКАЦИЯХ



«Стратегия и продюсирование в коммуникациях» — это увлекательная и креативная программа бакалавриата, где творчество соединено со стратегией, измеримыми коммуникационными целями, знанием и применением базовых и новейших аудиовизуальных форматов и технологий.

Это программа для активных творческих абитуриентов, мечтающих о профессии, которая позволит им постоянно развиваться, работать в творческой среде единомышленников в различных сферах креативной индустрии, соединять в работе аналитические, творческие и менеджерские способности.

1

1 место в рейтинге Forbes — по показателю «Востребованность выпускников»

2

1 место в рейтинге hh.ru — лучший вуз России

3

4 место в рейтинге QS — по трудоустройству и заработной плате выпускников



## СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА НА ПРОГРАММЕ «СТРАТЕГИЯ И ПРОДЮСИРОВАНИЕ В КОММУНИКАЦИЯХ»

1 курс	Правовая грамотность	Основы российской государственности	Мировая художественная культура	Основы бренда
	История России	Безопасность жизнедеятельности	Социология массовых коммуникаций	Основы менеджмента и предпринимательской деятельности
	Экономика			Логика
2 курс	Экономика креативных проектов	Анализ потребительского поведения	Основы высшей математики и статистики	Проектный семинар: основы дизайна и инфографики, моушн-дизайна, разработки презентаций, оформление кейсов
	Управление коммуникационными проектами	Методологии разработки идей	Маркетинговые исследования	
			Основы веб-разработки и работа с приложениями	
3 курс	Скриптрайтинг	Когнитивная психология в рекламе	Разработка бренда и коммуникационной стратегии	Проектный семинар: режиссура, режиссура монтажа, основы операторского мастерства, продюсирование и продакшен
	Перфоманс-маркетинг	Немедийные коммуникации	Коммуникации бренда в VR/AR	Аудиовизуальные технологии в рекламе
4 курс	Технологии ИИ в создании коммуникационного контента	Право и интеллектуальная собственность	Проектная деятельность	Дисциплины специализации
	Мастерство презентации			
	Медиапланирование	Академическое письмо на английском языке		
	Социальная и политическая реклама			

## СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

### Стратегии визуальных коммуникаций

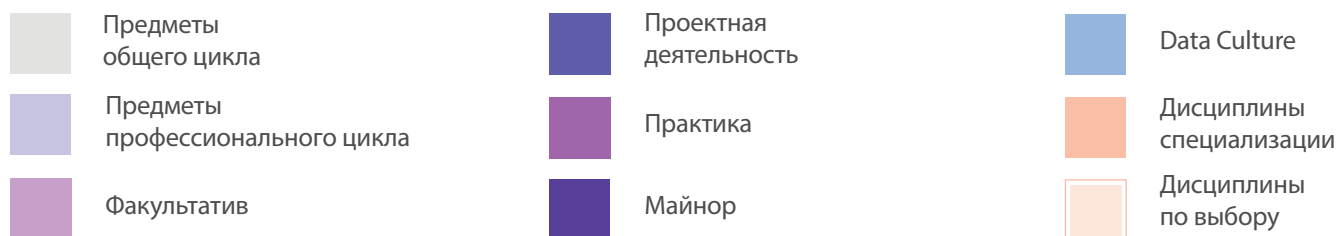
Визуальные эффекты, новые визуальные технологии	Креатив в диджитал-коммуникациях
Гейминг: product placement и интерактивные коммуникации	Интеграция в метавселенные

### Арт-дирекшен и стратегии брендинга

Брендинг и визуальные коммуникации	CG (компьютерная графика) и анимация в интегрированных коммуникациях
Креативные видеоформаты	Креативная фотография

### Продюсирование и ивент-менеджмент

Креатив и дизайн в ивент-индустрии	Продюсирование собственных ивент-проектов и стартапы в энтертейнменте
Спонсорство и партнёрство	Ивент-менеджмент



Майнор — это блок из четырёх взаимосвязанных дисциплин непрофильного для студента направления подготовки. В конце 1 курса студенты выбирают майнор, а на 2 и 3 курсе посвящают ему один день в неделю — посещают лекции и семинары, выполняют домашние задания и сдают экзамены в сессию. Оценка за майнор входит в диплом. В Высшей школе экономики реализуются более 100 майноров, позволяющих получить дополнительные знания, навыки и компетенции.



**С третьего курса учебный процесс сфокусирован на формировании профессиональных компетенций по выбранным специализациям.**



## ДИПЛОМ ПО НАПРАВЛЕНИЮ: «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

# 10

бюджетных мест

# 90

платных мест

## МИНИМАЛЬНЫЕ ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ БАЛЛЫ:

# 60

Обществознание

# 60

Русский язык

# 60

История/Иностранный язык  
(на выбор)

## ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК

Размер скидки	70%	50%	25%
Сумма баллов ЕГЭ (без учёта индивидуальных достижений)	280 И БОЛЕЕ	260- 279	250- 259

Для победителей и призёров конкурса «Высший пилотаж» по направлению «Реклама и связи с общественностью» и «Дизайн» предусмотрены скидки 50% и 25% соответственно.

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ



### До 10 баллов

Диплом с отличием, ГТО и пр.

### 6-8 баллов

Всероссийский конкурс «Реклам-Конструктор»

### 8 баллов

Школа коммуникаций для юных

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КРЕДИТ



Российским студентам и абитуриентам в возрасте от 14 лет при получении образования по основным программам бакалавриата может быть предоставлен образовательный кредит с государственной поддержкой.

## ОЛИМПИАДЫ

Право на приём без вступительных испытаний (БВИ) имеют: победители и призёры заключительного этапа Всероссийской олимпиады школьников по истории, обществознанию, литературе и экономике.

**Право на 100 баллов (только для победителей, 11 класс):**

Наименование олимпиады	Профиль олимпиады	Предмет ЕГЭ
Всероссийская олимпиада школьников «Высшая проба»	Обществознание, русский язык, иностранный язык	Обществознание, русский язык, иностранный язык
Олимпиада школьников «Ломоносов»	Обществознание, русский язык, иностранный язык	Обществознание, русский язык, иностранный язык
Телевизионная гуманитарная олимпиада «Умницы и умники»	Гуманитарные и социальные науки	Обществознание

## НАШИ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

В настоящее время на программе три специализации: «Арт-дирекшен и стратегии брендинга», «Стратегии визуальных коммуникаций», «Продюсирование и ивент-менеджмент».

Специализация «Арт-дирекшен и стратегии брендинга» объединяет набор дисциплин, важных в творческой работе с брендами, торговыми марками: от создания до разработки креативных материалов для продвижения.

Дисциплины специализации направлены на формирование навыков разработки брендов «под ключ», а именно креативное воплощение как продолжение стратегии, включая вербальную и визуальную идентичность



брендов (название, логотип, бренд-маскоты, упаковка, стилистика коммуникаций, пр.).

В части арт-дирекшена студенты усилят экспертизу по созданию ключевых визуальных образов, сформируют понимание особенностей визуальной составляющей идеи в разных рекламно-коммуникационных форматах, реализуют большое количество проектов в роли арт-директоров.

### Дисциплины специализации

#### «Арт-дирекшен и стратегии брендинга»:

- + «Брендинг и визуальные коммуникации»;
- + «Креативные видеоформаты»;
- + «CG (компьютерная графика) и анимация в интегрированных коммуникациях»;
- + «Креативная фотография».

В рамках специализации «Стратегии визуальных коммуникаций» студенты будут изучать популярные и новейшие форматы, используемые в широком спектре коммуникаций для передачи информации и смыслов с помощью изображений, визуальных эффектов, элементов гейминга, новых диджитал форматов, визуальных элементов и форматов социальных сетей, пр.

Дисциплины специализации формируют навыки, универсальность и гибкость в выборе и применении инструментов при работе с визуальным контентом для решения разных коммуникационных задач.

Особое внимание уделяется новейшим трендам и технологиям, развитию таких направлений, как «гейминг и интерактивные коммуникации», «коммуникации брендов в метавселенных».

### Дисциплины специализации

#### «Стратегии визуальных коммуникаций»:

- + «Визуальные эффекты, новые визуальные технологии»;
- + «Гейминг: product placement и интерактивные коммуникации»;
- + «Креатив в диджитал-коммуникациях»;
- + «Интеграция в метавселенные».

Специализация «Продюсирование и ивент-менеджмент» направлена на формирование комплексных компетенций, связанных с разработкой коммуникационно-креативной, а также производственной, технической и организационной составляющих формата ивента.

Дисциплины специализации раскрывают возможности для решения коммуникационных задач внутри формата ивента. Особое внимание уделяется мировым трендам и тенденциям изменения ивент-индустрии, связанным с популярностью метавселенных, искусственного интеллекта и NFT.

### Дисциплины специализации

#### «Продюсирование и ивент-менеджмент»:

- + «Креатив и дизайн в ивент-индустрии»;
- + «Ивент-менеджмент»;
- + «Продюсирование собственных ивент-проектов и стартапы в энтертейнменте»;
- + «Спонсорство и партнёрство».



«Есть навыки, которые искусственный интеллект не сможет заменить. Это так называемые «мягкие» навыки (softskills): умение работать в команде, вести переговоры, эффектно выступать, организовывать работу коллектива, вдохновлять других, налаживать организационные процессы.

Ещё искусственный интеллект не может создавать креатив: прорывные идеи, концепции, решения способен придумать только человек или команда единомышленников.

Все эти навыки и сейчас востребованы, а в ближайшем будущем станут самым большим конкурентным преимуществом специалистов. На нашей программе созданы все условия для развития и совершенствования таких умений и навыков».



**Алла Станиславовна Коцюба, Академический руководитель программы «Стратегия и продюсирование в коммуникациях», доцент Школы коммуникаций Факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ**



Программа «Стратегия и продюсирование в коммуникациях» сочетает фундаментальные социогуманитарные дисциплины, профильные в области маркетинга, рекламы, брендинга, и творческие учебные курсы.

Параллельно с изучением теоретических основ особое внимание на программе уделяется формированию проектных и практических инструментальных навыков. Это происходит в течение всего периода обучения в «Лаборатории рекламы» (с 1 по 3 курс) и во время производственной практики.

## ЛАБОРАТОРИЯ РЕКЛАМЫ

В «Лаборатории рекламы» студенты отрабатывают навыки работы с текстом и аудиовизуальным контентом, создание креативных решений, визуализации с помощью специальных программ, включая новейшие с использованием искусственного интеллекта, продюсирование и продакшен широкого спектра видов коммуникационного продукта.

Все преподаватели «Лаборатории рекламы» — действующие практики индустрии рекламы, журналистики, брендинга, телевидения, дизайна, писатели и режиссёры рекламы, музыкальных клипов, режиссёры-постановщики массовых зрелищных мероприятий.

**По итогам обучения у каждого студента будет сформировано профессиональное портфолио, включая проекты по реальным брифам заказчиков.**

Студенты в рамках «Лаборатории рекламы» пройдут весь цикл работы над задачами разной степени сложности: от создания брифингового документа, постановки задач, разработки креативного решения до полноценной реализации, включая продакшен и постпродакшен.



*«Из новых открытий себя на программе. Я начала замечать, что могу управлять процессом зарождения идеи в голове. До этого креатив был спонтанным, а процесс хаотичным. Удивительно, что можно также развивать уровень креативности. Этому способствуют знания, в том числе креативных приёмов, развитие насмотренности в процессе разбора и анализа успешных рекламных кампаний. Уже приятно замечать этот личный рост, сравнивая свои старые и новые проекты. А также, с удивлением для себя, автоматически применяю знания, вспоминаю и использую факты из лекций в реальной жизни».*



**Дарья Черунова,**  
1 курс БСПК2203



## ПРАКТИКА

На образовательной программе предусмотрены два вида практики: профессиональная и проектная.

К профессиональной практике относится производственная практика в ведущих рекламных и брендинговых агентствах, студиях продакшена, дизайнера, исследовательских компаниях по изучению рынка и потребительского поведения.

Проектная практика студентов реализуется на всех курсах программы, включая в себя обязательные и выбранные проекты. В процессе их реализации студенты получают навыки производства рекламы (либо креативных материалов) под руководством менторов из индустрии. Проекты реализуются на базе «Лаборатории рекламы» и на площадках партнёров программы.

## ПАРТНЁРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

**>40** рекламных, брендинговых, DIGITAL-компаний

Продакшн студия «ЯРЧЕ!», Filmway production, Hermes production, Центр игровых проектов МТС, Группа компаний «Родная речь», Рекламное агентство «Революшен», Коммуникационная группа BBDO, Коммуникационная группа TWIGA, maslov:agency, Агентство креативных маркетинговых коммуникаций C'MARKETING, др.

## ОСНОВНЫЕ КАРЬЕРНЫЕ ТРАЕКТОРИИ

По окончании обучения студенты вместе с дипломом получают портфолио реализованных креативных проектов, отзывы и рекомендации экспертов отрасли. Это даёт выпускникам право претендовать на позиции специалистов в следующих компаниях и подразделениях:

- + студии видеопродакшена, дизайнерские бюро и студии визуального контента;
- + стратегические и креативные отделы коммуникационных компаний;
- + креативные отделы телеканалов, киностудий;
- + маркетинговые, коммуникационные, рекламные, продакшен-отделы крупных компаний;
- + исследовательские агентства, изучающие рынок и потребителя.



«Я не знала, что мне так сильно нравится писать сценарии и делать раскадровки для рекламных роликов. На этой программе я поняла, что все знания, которые я получаю тут, применимы во всех сферах жизни. Некоторые переплетаются с другими специальностями, поэтому выбор профессии в будущем будет огромный. Для меня важным является постоянное взаимодействие с другими людьми. Анализ поведения людей — это уже не просто коммуникация, это гораздо больше».



**Анастасия Куркина,**  
1 курс БСПК2203

## БУДУЩИЕ ПРОФЕССИИ ВЫПУСКНИКОВ

- + креативный продюсер;
- + креатор;
- + арт-директор;
- + копирайтер;
- + режиссёр рекламы;
- + бренд-менеджер;
- + контент-менеджер, контент-маркетолог;
- + арт-директор внутренних проектов



«Плюсы будущей профессии: нет рутины, узнаёшь о тенденциях в мире раньше остальных, создаёшь то, что увидят многие, можешь реализовывать себя в разных областях создания контента».



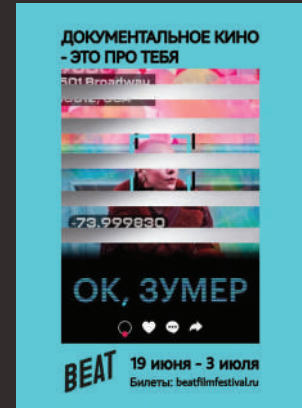
**Диана Костырина,**  
1 курс БСПК2202

**Авторы работ:** Борисова Полина (1), Федина Ирина (2), Прохорова Арсения (3), Алексеев Данила (4), Шагрова Александра (5), Бычкова Анастасия (6), Кормилецкий Матвей (7), Ирина Гашкина (8).

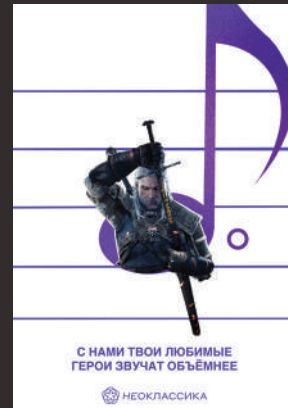
## УЧЕБНЫЕ ПРОЕКТЫ СТУДЕНТОВ 1 КУРСА ПРОГРАММЫ «СТРАТЕГИЯ И ПРОДЮСИРОВАНИЕ В КОММУНИКАЦИЯХ»



1.



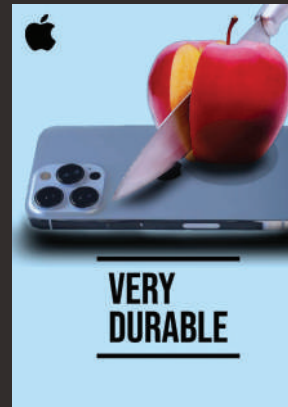
2.



3.



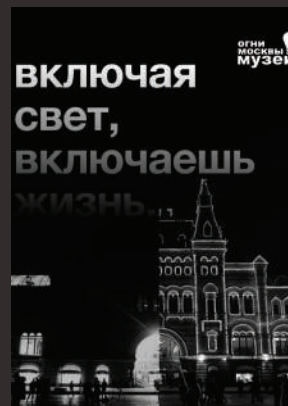
4.



5.



6.



7.



8.



*«Мы готовим специалистов, умеющих мыслить и предлагать клиенту не просто PR- или рекламные кампании, а коммуникационные стратегии, основанные на проработанных комплексных идеях. Мы учим создавать интересные, саморазвивающиеся, увлекающие смыслы».*

*Сергей Александрович Зверев,  
руководитель Школы коммуникаций*

**ЧТОБЫ БЫТЬ В КУРСЕ НОВОСТЕЙ ШКОЛЫ КОММУНИКАЦИЙ, ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА НАС В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:**

## **СТРАТЕГИЯ И ПРОДЮСИРОВАНИЕ В КОММУНИКАЦИЯХ**



Чат абитуриентов  
программы



Сайт программы



COMM-ABIT@HSE.RU

8-495-772-95-90 ДОБ. (23560, 23203, 15673)

Г. МОСКВА, МАЛЫЙ ТРЕХСВЯТИТЕЛЬСКИЙ ПЕР., Д. 8/2, СТР. 1 КАБ.