

**Пояснительная записка
по вопросу «О лицензировании образовательной деятельности по направлению
подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень высшего
образования – магистратура) в НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург»**

Коммуникационная индустрия России – это сфера, в которой представлены различные виды деятельности, связанные с коммуникациями и медиа. Она включает в себя такие отрасли, как реклама, PR, маркетинг, цифровой маркетинг, событийный бизнес, креатив, медиа и другие. Перспективы коммуникационной индустрии России остаются высокими. С каждым годом растет спрос на услуги в этой сфере. Это связано с тем, что все больше компаний осознают важность правильной коммуникации с потребителями и партнерами.

Кроме того, появляются новые технологии и инструменты, которые позволяют эффективнее взаимодействовать с аудиторией. Рынок коммуникационной индустрии России достаточно емкий и разнообразный. По данным аналитической компании PwC, объем рынка рекламы в России в 2020 г. составил 196 млрд рублей. В то же время, рынок PR и маркетинга также является значительным. Кроме того, растет спрос на услуги digital-маркетинга и событийного бизнеса.

Запрос на квалифицированных специалистов в коммуникационной индустрии России также остается высоким. Компании нуждаются в профессионалах, которые могут эффективно работать с аудиторией, создавать успешные кампании и продвигать бренды. Кроме того, с появлением новых технологий и инструментов, появляется необходимость в специалистах, которые могут использовать их на практике.

Открытие новых образовательных программ может быть полезным для рынка, если они будут соответствовать современным требованиям и включать в себя актуальные темы и инструменты. Кроме того, важно, чтобы такие программы были разработаны с учетом потребностей рынка и предоставляли выпускникам реальные возможности для трудоустройства и профессионального роста.

Планируемая к реализации образовательная программа «Коммуникации в культурном пространстве и территориальный брендинг» направления «Реклама и связи с общественностью» ориентирована на обеспечение возможности для раннего выявления, мотивации, самореализации и развития талантов детей и молодежи, максимально возможной синхронизации компетенций выпускников текущим и перспективным требованиям рынка труда.

Приоритетом образовательной программы «Коммуникации в культурном пространстве и территориальный брендинг» является вклад в обеспечение:

– глобальной конкурентоспособности отечественных образовательных программ за счет развития национальной идентичности, аутентичности, сохранения российского наследия в общемировом культурном контексте, а также увеличения числа отечественных разработок в области архитектурно-градостроительного проектирования, отвечающих современным глобальным вызовам;

– цифровой трансформации характера и условий труда, включая актуальные особенности современной подготовки кадров и современные педагогические технологии, в части персонализации образования, гибкой, сетевой организации, практической

ориентированности, краудсорсинга и других перспективных форматов образования, включающих, в том числе, региональные образовательные системы;

– поддержки передовых научных исследований как базиса опережающего экономического развития, развития наукоемкого предпринимательства в целях эффективного использования научно-технологического потенциала России в интересах национальной безопасности, технологического суверенитета, мобилизационной экономики в текущих условиях неустойчивой геополитической ситуации, внешнеполитических вызовов и внутренних социально-экономических рисков.

Концепция современного коммуникационного образования в НИУ ВШЭ строится на понимании медиакоммуникаций, рекламы и связей с общественностью как деятельности, который развивается в сторону гибридных, омниканальных, персонализированных, горизонтальных форм медиатизированного общения. Образовательная программа «Коммуникации в культурном пространстве и территориальный брендинг» направлена на подготовку специалистов по коммуникации универсального (интегративного) профиля, производящих контент для массовой, корпоративной и персонализированной коммуникации, блогов и социальных сетей, рекламы, связей с общественностью, иных форм немежличностной коммуникации. При этом программа имеет особенность в «петербургском» акценте на реализации коммуникационных проектов в сфере культурных индустрий, гостинично-ресторанного бизнеса (HoReCa).

Существующая диверсифицированная и разветвленная система подготовки в НИУ ВШЭ позволит готовить выпускников-генералистов, обладающих универсальными знаниями на стыке творческой (креативной), профессиональной и управленческой компетенций. Преодоление дисциплинарных границ и использование ресурсов университета для синтеза профессиональных медиа, коммуникационных, маркетинговых, общегуманитарных и бизнес-аспектов в медиаобразовании определит уникальность образовательной программы.

Лицензирование направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура) в НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург позволит привлечь сильных абитуриентов и укрепить имидж и бренд ведущего вуза России. И дополнит портфель программ направлений «Дизайн», «Медиакоммуникации».

Реализация образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью поддержит развитие в структуре факультета Санкт-Петербургская школа гуманитарных наук и искусств подразделения – департамента медиа.

Профессорско-преподавательский состав департамента медиа предполагается состоящим из преподавателей с академическими амбициями и практиков-ведущих специалистов отрасли в целях эффективной реализации образовательных программ и подготовки конкурентоспособных выпускников в условиях практикоориентированного обучения.

Исходя из вышеизложенного ходатайствуем перед ученым советом о необходимости лицензирования образовательной деятельности по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень высшего образования – магистратура).