Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

ПРОТОКОЛ № 2.2-01/230523-01 -Эл

заседания ученого совета факультета креативных индустрий

**Дата проведения:** 23.05.2023 (сведения о голосовании принимались до 12.00 23.05.2023 через личные кабинеты членов ученого совета в системе электронного голосования ученого совета факультета на корпоративном сайте (портале) НИУ ВШЭ)

Форма проведения: заочное заседание (с проведением электронного голосования)

Председатель: А.Г. Быстрицкий

Ученый̆ секретарь: Л.А. Цыганова

**Приняли участие:** Алябьева Людмила Анатольевна, Аристова Ульяна Викторовна, Афанасьева Ольга Валентиновна, Бажанов Леонид Александрович, Бачурина Нелли Сергеевна, Векслер Ася Филипповна, Джикия Александр Ролланович, Зверев Сергей Александрович, Каширских Олег Николаевич, Кричевский Григорий Александрович, Кузнецова Александра Владимировна, Куприянов Александр Михайлович, Логутова Наталья Леонидовна, Мацкявичюс Эрнест Гедревич, Можаев Александр Валерьевич, Мордвинова Мария Андреевна, Николов Алексей Львович, Ним Евгения Генриевна, Новикова Анна Алексеевна, Ривчун Татьяна Евгеньевна, Савин Никита Юрьевич, Солодухин Олег Юрьевич, Старусева-Першеева Александра Дмитриевна, , Шелухин Дмитрий Викторович, Шомова Светлана Андреевна.

Из 33 членов Ученого совета в голосовании приняли участие 25

Кворум имеется. Заседание правомочно.

**Повестка дня:**

**О внесении изменений в паспорт образовательной программы магистратуры «Интегрированные коммуникации» факультета креативных индустрий**

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Утвердить:
   1. Изменения в паспорт образовательной программы высшего образования – программы магистратуры «Интегрированные коммуникации» (направление подготовки – 42.04.01 Реклама и связи с общественностью) для 2023 года набора: в части характеристик образовательных траекторий согласно Приложению 1. (из 33 членов ученого совета в голосовании приняли участие 25, из них: за – 24, против -0, воздержалось -1)

**О внесении изменений в Положение о предоставлении скидок по оплате обучения студентам образовательной программы высшего образования - программы специалитета «Актер» Института кино НИУ ВШЭ, не имеющей мест за счет средств субсидии из федерального бюджета, по направлениям подготовки «Актерское искусство» факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, поступающим в 2022 году**

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Утвердить
   1. Изменения в Положении о предоставлении скидок по оплате обучения студентам образовательной программы высшего образования - программы специалитета «Актер» Института кино НИУ ВШЭ, не имеющей мест за счет средств субсидии из федерального бюджета, по направлениям подготовки «Актерское искусство» факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, поступающим в 2022 году, утвержденное ученым советом НИУ ВШЭ 23.05.2022, протокол № 2.2-01/230522-01Эл, введенный в действие приказом НИУ ВШЭ от 11.07.2022 № 6.18.1-01/110722-11 – Приложение 2.

**Об утверждении изменений в Положение о предоставлении скидок по оплате обучения студентам образовательных программ высшего образования – программы бакалавриата «Мода» и программ магистратуры «Коммуникационный и цифровой дизайн», «Дизайн среды», «Мода», «Практики современного искусства», не имеющих мест за счет средств субсидии из федерального бюджета, по направлениям подготовки «Дизайн» и «Изящные искусства» факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ.**

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Утвердить:
   1. Изменения в Положении о предоставлении скидок по оплате обучения студентам образовательных программ высшего образования – программы бакалавриата «Мода» и программ магистратуры «Коммуникационный и цифровой дизайн», «Дизайн среды», «Мода», «Практики современного искусства», не имеющих мест за счет средств субсидии из федерального бюджета, по направлениям подготовки «Дизайн» и «Изящные искусства» факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ.

п. 3.3.4. скидка в размере 20 % от стоимости обучения на весь период обучения предоставляется всем студентам программы магистратуры, получившим по итогам вступительного испытания – конкурсного отбора (портфолио) от 95 до 99 баллов.

п. 3.3.5. скидка в размере 100 % от стоимости обучения на весь период обучения предоставляется всем студентам программы магистратуры, получившим по итогам вступительного испытания – конкурсного отбора (портфолио) 100 баллов.

(из 33 членов ученого совета в голосовании приняли участие 25, из них: за – 24, против -0, воздержалось -1)

Ученый̆ секретарь Л.А. Цыганова

Приложение 1

**Характеристика траектории «Управление брендом и стратегические коммуникации»**

Траектория: «Управление брендом и стратегические коммуникации»

Вид: Прикладная

Наставник: Грязева Лариса Евгеньевна

Язык реализации: Русский и частично английский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: с применением

Квалификация выпускника: Магистр

|  |  |
| --- | --- |
| Квалификация | Магистр |
| Ключевые образовательные результаты | КОР-1  Проводит количественные и качественные исследования для управления брендом и стратегическими коммуникациями |
| КОР-2  Анализирует потребительское поведение для принятия решений по управлению брендом |
| КОР-3  Разрабатывает бренд- и коммуникационные стратегии |
| КОР-4 Управляет интегрированными коммуникациями |

|  |  |
| --- | --- |
| **Профессиональные компетенции  (планируемые результаты освоения ОП)** | |
| 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 |

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:

|  |  |
| --- | --- |
| Типы задач профессиональной деятельности | Коды профессиональных компетенций |
| организационно-управленческий | ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7 |
| производственно-технологический | ПК-2, ПК-3, ПК-6 |
| научно-исследовательский | ПК-2, ПК-3 |

**Характеристика образовательных модулей траектории «Управление брендом и стратегические коммуникации»**

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, АКАР, АКОС 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.

**Характеристика траектории «Коммуникационный консалтинг»**

Траектория: «Коммуникационный консалтинг»

Вид: Прикладная

Наставник: Пескова Ольга Юрьевна

Язык реализации: Русский и частично английский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: с применением

Квалификация выпускника: Магистр

|  |  |
| --- | --- |
| Квалификация | 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 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Профессиональные компетенции  (планируемые результаты освоения ОП)** | |
| 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 внутренних и внешних 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:

|  |  |
| --- | --- |
| Типы задач профессиональной деятельности | Коды профессиональных компетенций |
| организационно-управленческий | ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-7 |
| производственно-технологический | ПК-1, ПК-3, ПК4, ПК-7 |
| научно-исследовательский | ПК-1, ПК-3, ПК-4 |

**Характеристики образовательных модулей траектории “Коммуникационный консалтинг”**

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, АКАР, АКОС 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.

Приложение 2

Наименование изложить в следующей редакции:

«Положение о предоставлении скидок по оплате обучения студентам образовательной программы высшего образования - программы специалитета «Актер» Института кино НИУ ВШЭ, не имеющей мест за счет средств субсидии из федерального бюджета, по направлениям подготовки «Актерское искусство» факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ, *поступившим* в 2022 году»;

1.3. в пункте 1.1 Раздела **1. Общие положения** слова «образовательных программ» заменить словами «образовательной программы», слово «реализуемых» заменить словом «реализуемой», слова «коммуникаций, медиа и дизайна» заменить словами «креативных индустрий» и слово «поступающим» заменить на слово «поступившим»:

« 1.1. Положение о предоставлении скидок по оплате обучения студентам *образовательной программы* высшего образования, *реализуемой* факультетом *креативных индустрий* Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», *поступившим* в 2022 году (далее соответственно - Положение, скидки, студенты, НИУ ВШЭ), определяет основания, условия и порядок предоставления скидок студентам программы специалитета «Актер» Института кино НИУ ВШЭ по направлению подготовки 52.05.01 «Актерское искусство» (далее - программа специалитета) факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ, а также основания и порядок приостановления предоставления и лишения скидок.»;

1.4. в пункте 1.2. Раздела **1. Общие положения** слова «коммуникаций, медиа и дизайна» заменить словами «креативных индустрий»:

«1.2. Скидки, предоставляемые в соответствии с Положением, относятся к скидкам, предоставляемым за счет средств структурного подразделения, реализующего образовательные программы высшего образования – факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ.»;

1.5. в пункте 1.3. Раздела **1. Общие положения** слова «коммуникаций, медиа и дизайна» заменить словами «креативных индустрий»:

«1.3. Положение и изменения к нему утверждаются ученым советом факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ, вводятся в действие приказом первого проректора, координирующего образовательную деятельность НИУ ВШЭ.»;

1.6. в пункте 1.4. Раздела **1.** **Общие положения** слова «коммуникаций, медиа и дизайна» заменить словами «креативных индустрий»:

«1.4.Ссылка на Положение размещается на соответствующей интернет- странице Института кино НИУ ВШЭ факультета *креативных индустрий* в рамках корпоративного сайта (портала) НИУ ВШЭ.»;

1.7. в пункте 2.5. Раздела **2.** **Основания и порядок предоставления скидок** слова «коммуникаций, медиа и дизайна» заменить словами «креативных индустрий»:

«2.5. Скидки, предусмотренные Положением, не суммируются с иными скидками, предоставляемыми за счет средств подразделений факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ, и друг с другом. При наличии у претендента права на скидку по нескольким основаниям ему предоставляется одна скидка по его усмотрению.»;

1.8. пункт 3.2.1. Раздела 3. **Условия предоставления и размер скидок по результатам приема на Программу** разделить на 3.2.1 и 3.2.2, нумерацию 3.2.2 поставить перед словами «скидка в размере 75%»;

1.8.1. пункты 3.2.2–3.2.3- считать соответственно пунктами 3.2.3 – 3.2.4;

1.9. в пунктах 3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4 Раздела 3. **Условия предоставления и размер скидок по результатам приема на Программу** слова «поступающих» и «поступающие» заменить на слова «поступивших» и «поступившие», в пункте 3.2.4 после слов «сумму баллов,» до слов «набранных по результатам ЕГЭ,» добавить слова «но меньше, чем поступившие, указанные в п.3.2.1, п.3.2.2 и п.3.2.3,» и заменить в конце пункта 3.2.4 дату «15.06.2022.» на дату «05.06.2022.»:

«3.2.1. скидка в размере 100% от стоимости обучения, утвержденной приказом НИУ ВШЭ на 2022/2023 учебный год, предоставляется на первый год обучения 10% *поступивших* на образовательную программу, набравшим наибольшую сумму баллов, набранных по результатам ЕГЭ, вступительных испытаний в рамках отдельного конкурса[[1]](#footnote-1), при условии успешного прохождения всех вступительных испытаний и подачи заявки на обучение по образовательной программе в срок до 05.06.2022;

*3.2.2.* скидка в размере 75% от стоимости обучения, утвержденной приказом НИУ ВШЭ на 2022/2023 учебный год, предоставляется на первый год обучения 10% *поступивших* на образовательную программу, набравшим наибольшую сумму баллов, но меньше, чем *поступившие*, указанные в п. 3.2.1, набранных по результатам ЕГЭ, вступительных испытаний в рамках отдельного конкурса[[2]](#footnote-2), при условии успешного прохождения всех вступительных испытаний и подачи заявки на обучение по образовательной программе в срок до 05.06.2022;

*3.2.3.* скидка в размере 50% от стоимости обучения, утвержденной приказом НИУ ВШЭ на 2022/2023 учебный год, предоставляется на первый год обучения 10% *поступивших* на образовательную программу, набравшим наибольшую сумму баллов, но меньше, чем *поступившие*, указанные в п.3.2.1 и 3.2.2, набранных по результатам ЕГЭ, вступительных испытаний в рамках отдельного конкурса[[3]](#footnote-3), при условии успешного прохождения всех вступительных испытаний и подачи заявки на обучение по образовательной программе в срок до 05.06.2022;

*3.2.4.* скидка в размере 25% от стоимости обучения, утвержденной приказом НИУ ВШЭ на 2022/2023 учебный год, предоставляется на первый год обучения 15% поступивших на образовательную программу, набравшим наибольшую сумму баллов, *но меньше, чем поступившие, указанные в п.3.2.1, п.3.2.2 и п.3.2.3*, набранных по результатам ЕГЭ, вступительных испытаний в рамках отдельного конкурса[[4]](#footnote-4), при условии успешного прохождения всех вступительных испытаний и подачи заявки на обучение по образовательной программе в срок до *05.06.2022.*»;

1.10. в пунктах 3.3 Раздела **3.** **Условия предоставления и размер скидок по результатам приема на Программу** слово «поступающих» заменить на слово «поступивших»:

«3.3. Если после произведенных расчетов, количество *поступивших* – претендентов на предоставление скидки составит дробное число, то определение количества претендентов на предоставление скидки производится путем округления дробного числа в большую сторону.»;

1.11. в пунктах 3.5. Раздела **3**. **Условия предоставления и размер скидок по результатам приема на Программу** слово «поступающим» заменить на слово «поступившим»:

«3.5. Скидка в размере 15% от стоимости обучения, утвержденной приказом НИУ ВШЭ на 2022/2023 учебный год, предоставляется *поступившим*, набравшим 100 баллов по ЕГЭ по русскому языку или литературе, на первый год обучения.»;

1.12. в пункте 4.4. Раздела **4.** **Основания и порядок предоставления скидки студентам очной формы обучения в период обучения за успехи в обучении** заменить слово «одновременного» на слово «одновременно»:

«4.4. Скидка за успехи в обучении предоставляется в размере, который указан в пункте 4.5. Положения, если в течении предыдущего учебного года *одновременно* выполняются условия подпунктов 4.5.1, 4.5.2, 4.5.3, 4.5.4, 4.6.1, 4.6.2 Положения и:»;

1.13. пункт 4.5. Раздела **4.** **Основания и порядок предоставления скидки студентам очной формы обучения в период обучения за успехи в обучении** дополнить новым пунктом 4.5.1 следующего содержания:

«4.5.1. скидка 75% от стоимости обучения устанавливается студенту, вошедшему в первые 10% всех студентов курса образовательной программы по сумме двух последних текущих рейтингов, соответствующих летнему периоду (пункт 4.6.1 Положения) или осеннему периоду (пункт 4.6.2 Положения).»;

1.13.1. пункты 4.5.1 - 4.5.2 – 4.5.3 считать соответственно пунктами 4.5.2 – 4.5.3 – 4.5.4;

1.14. в пункте 4.5.2 (ранее 4.5.1) Раздела **4.** **Основания и порядок предоставления скидки студентам очной формы обучения в период обучения за успехи в обучении** заменить показатель «10%» на показатель «25%»:

«*4.5.2.* скидка 50% от стоимости обучения устанавливается студенту, вошедшему в первые *25%* всех студентов курса образовательной программы по сумме двух последних текущих рейтингов, соответствующих летнему периоду (пункт 4.6.1 Положения) или осеннему периоду (пункт 4.6.2 Положения);»;

1.15. в пункте 4.5.3 (ранее 4.5.2) Раздела **4.** **Основания и порядок предоставления скидки студентам очной формы обучения в период обучения за успехи в обучении** заменить показатель «25%» на показатель «45%»:

«*4.5.3.* скидка 25% от стоимости обучения устанавливается студенту, вошедшему в первые *45%* всех студентов курса образовательной программы по сумме двух последних текущих рейтингов, соответствующих летнему периоду (пункт 4.6.1 Положения) или осеннему периоду (пункт 4.6.2 Положения);»;

1.16. в пункте 4.5.4 (ранее 4.5.3) Раздела **4.** **Основания и порядок предоставления скидки студентам очной формы обучения в период обучения за успехи в обучении** заменить показатель «45%» на показатель «60%»:

«4.5.4. скидка 15% от стоимости обучения устанавливается студенту, вошедшему в первые *60%* всех студентов курса образовательной программы по сумме двух последних текущих рейтингов, соответствующих летнему периоду (пункт 4.6.1 Положения) или осеннему периоду (пункт 4.6.2 Положения).»;

1.17. в пункте 4.10 Раздела **4.** **Основания и порядок предоставления скидки студентам очной формы обучения в период обучения за успехи в обучении** слова «коммуникаций, медиа и дизайна» заменить словами «креативных индустрий»:

«4.10. Приказ о предоставлении скидки готовится учебным офисом и подписывается директором Института кино НИУ ВШЭ и деканом факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ. Основанием для издания приказа являются документы, подтверждающие выполнение требований на скидку в соответствии с разделом 4 Положения. Приказ готовит учебный офис образовательной программы. После издания приказа о предоставлении скидки учебный офис готовит и заключает соответствующее дополнительное соглашение/приложение к договору об образовании.»;

1.18. в пункте 5.5. Раздела **5.** **Порядок и основания приостановления предоставления и лишения скидок** слова «коммуникаций, медиа и дизайна» заменить словами «креативных индустрий»:

«5.5. Решение о лишении обучающегося скидки до окончания срока, на который скидка была предоставлена, устанавливается приказом факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ. Приказ готовится отделом сопровождения учебного процесса/менеджером факультета (далее – учебный офис) и подписывается директором Института кино НИУ ВШЭ и деканом факультета *креативных индустрий* НИУ ВШЭ не позднее 10 (десяти) рабочих дней после появления оснований для лишения скидки. Учебный офис должен своевременно ознакомить с приказом обучающегося, которого лишили скидки и Заказчика.».

1. 2 Если количество поступающих, соответствующих всем критериям, указанным в данном пункте, превышает 10% в связи с наличием поступающих, набравших одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний, то скидка предоставляется всем поступающим, набравшим одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний. [↑](#footnote-ref-1)
2. Если количество поступающих, соответствующих всем критериям, указанным в данном пункте, превышает 10% в связи с наличием поступающих, набравших одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний, то скидка предоставляется всем поступающим, набравшим одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний. [↑](#footnote-ref-2)
3. Если количество поступающих, соответствующих всем критериям, указанным в данном пункте, превышает 10% в связи с наличием поступающих, набравших одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний, то скидка предоставляется всем поступающим, набравшим одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний. [↑](#footnote-ref-3)
4. Если количество поступающих, соответствующих всем критериям, указанным в данном пункте, превышает 10% в связи с наличием поступающих, набравших одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний, то скидка предоставляется всем поступающим, набравшим одинаковую наибольшую сумму баллов по результатам вступительных испытаний. [↑](#footnote-ref-4)