

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Институт общественных наук
Факультет дизайна и медиакоммуникаций
Отделение медиакоммуникаций
Кафедра интегрированных коммуникаций**

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом
Института общественных наук
Протокол от «27» октября 2025 г. № 85

Темы выпускной квалификационной работы

Направление подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) «Цифровые медиа»
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Год выпуска: 2026 г.

Темы индивидуальной выпускной квалификационной работы

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
1.	Разработка системы внутрикорпоративных коммуникаций в российской компании в цифровой среде (на примере ...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС	
2.	Коммуникационные технологии продвижения здорового образа жизни среди молодежи в цифровой среде (на примере ...)		
3.	Организация пресс-мероприятий для продвижения бренда компании в цифровой среде (на примере ...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
4.	Управление рекламой и связями с общественностью в кризисной ситуации в цифровой среде (на примере...)	Бедринская Ирина Валерьевна bedrinskaya-iv@ranepa.ru	
5.	Пиар-инструменты для формирования имиджа руководителя компании в цифровой среде (на примере ...)		
6.	Современные методы продвижения учреждений культуры и искусства в цифровой среде (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Богуславский Сергей Михайлович boguslavskiy-sm@ranepa.ru	
7.	Формирования образа и имиджа политического деятеля в цифровой среде (на примере...)		
8.	Использование пиар-инструментов при формировании и управлении корпоративной репутацией в цифровой среде (на примере...)		
9.	Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления в цифровой среде (на примере...)		
10.	Использование методов пиар-продвижения в цифровой среде (на примере...)		
11.	Разработка программы SMM-продвижения бренда/компании (на примере ...)	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Бордунова Ольга Борисовна bordunova-ob@ranepa.ru	
12.	Геймификация как инструмент продвижения бренда/компании в цифровой среде (на примере...)		
13.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения бренда/компании в цифровой среде (на примере...)		
14.	Продвижение зоозащитной организации в цифровой среде (на примере...)		
15.	Разработка программы продвижения HR-бренда в цифровой среде (на примере...)		
16.	Продвижение российских косметических брендов в цифровой среде (на примере...)	Кандидат политических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС	
17.	Продвижение благотворительных организаций / проектов / фондов в цифровой среде (на примере...)		
18.	Продвижение в сфере образования в цифровой среде (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
19.	Разработка программы продвижения для проекта / бренда / компании в цифровой среде (на примере ...)	Бухарбаева Асия Радолевна bukharbaeva-ar@ranepa.ru	
20.	Инфлюенс-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании (на примере ...)		
21.	Telegram-канал как инструмент продвижения учебного заведения (на примере Telegram- канала ректора РАНХиГС Комиссарова)	Кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Глазков Алексей Владимирович glazkov-av@ranepa.ru	
22.	Разработка рекламной кампании нового образовательного направления вуза в цифровой среде (на примере...)		
23.	Сайт как инструмент продвижения образовательной организации (на примере Центра знаний Машук)		
24.	Продвижение бренда / компании / благотворительной организации / зоозащитной организации / учреждения культуры в цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Глазкова Елена Анатольевна glazkova-ea@ranepa.ru	
25.	Продвижение традиционных ценностей / здорового образа жизни в цифровой среде (на примере...)		
26.	Отражение в рекламе системы ценностей / стереотипов / национальной специфики в цифровой среде		
27.	Продвижение в цифровой среде волонтерского движения / волонтерской организации (на примере...)		
28.	Пиар-продвижение социально-культурных проектов в цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Головко Сергей Борисович golovko-sb@ranepa.ru	

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
29.	Продвижение учреждений в сфере культуры и искусства в цифровой среде (на примере ...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Грансон Любовь Ивановна granson-li@ranepa.ru	
30.	Особенности создания и распространения цифрового контента для молодежи для продвижения в сфере культуры и искусства (на примере...)		
31.	Разработка программы продвижения организации / бренда в цифровой среде (на примере ...)		
32.	Разработка / оптимизация медиастратегии компании / бренда в цифровой среде (на примере .)		
33.	Использование технологии автоматизированных торгов /автоматических стратегий машинного обучения в контекстной рекламе / для оптимизации рекламных кампаний (на примере ...)		
34.	Продвижение компании / бренда в социальных сетях (на примере...)	Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Дегтярева Людмила Васильевна degtyareva-lv@ranepa.ru	
35.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере...)		
36.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере...)		
37.	Продвижение ценностей здорового образа жизни и долголетия в цифровой среде (на примере...)		
38.	Внутрикорпоративные коммуникации как инструмент адаптации сотрудников к внедрению искусственного интеллекта (на примере...)		
39.	Разработка рекламной кампании в цифровой среде (на примере ...)		Преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС
40.	Продвижение в социальных сетях компании / бренда (на примере ...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
41.	Продвижение товаров повседневного спроса в социальных сетях (на примере ...)		Демидов Владимир Алексеевич demidov-va@ranepa.ru
42.	Внешние коммуникации компании / бренда (на примере ...)		
43.	Продвижение благотворительного фонда в социальных сетях (на примере ...)		
44.	Использование нативных коммуникаций бренда в цифровой среде (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Дикевич Валерий Николаевич dikevich-vn@ranepa.ru	
45.	Разработка стратегии продвижения некоммерческой организации в цифровой среде (на примере...)		
46.	Продвижение благотворительного проекта сферы культуры в цифровых медиа (на примере...)		
47.	Совершенствование бренд-коммуникаций организации в цифровой среде (на примере...)		
48.	Продвижение бренда в социальных медиа (на примере...)	Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Захарова Мария Васильевна zakharova-mv@ranepa.ru	
49.	Продвижение компании / бренда в сфере туризма в цифровой среде (на примере...)		
50.	Продвижение туристических сервисов в цифровой среде (на примере...)		
51.	Продвижение туристского продукта в цифровой среде (на примере...)		
52.	Продвижение в сфере образовательного туризма в цифровой среде (на примере...)		
53.	Пользовательский контент как инструмент продвижения благотворительных фондов в цифровой среде (на примере...)	Кандидат исторических наук, доцент кафедры	
54.	Инструменты управления онлайн-репутацией для государственных учреждений в России (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
55.	Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации компании в цифровом пространстве (на примере...)	интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Зайонц Андрей Альбертович zayonts-aa@ranepa.ru	
56.	Искусственный интеллект как инструмент мониторинга и управления репутацией в интернете (на примере...)		
57.	Отзывы и рейтинги как инструмент формирования репутации компании в цифровом пространстве (на примере...)		
58.	Инструменты управления онлайн-репутацией для благотворительных фондов в России (на примере...)		
59.	Продвижение компании/бренда в сфере финансов и банковских услуг в цифровой среде (на примере...).	Профессор филологических наук, доцент, профессор кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Лихачев Сергей Владимирович likhachev-sv@ranepa.ru	
60.	Продвижение бренда/услуг спортивного (фитнес) центра в цифровой среде (на примере...).		
61.	Продвижение бренда одежды и аксессуаров в цифровой среде (на примере ...)		
62.	Продвижения бренда благотворительного фонда в цифровой среде (на примере...).		
63.	Инструменты продвижения торговой сети (на примере ...)		
64.	Разработка концепции продвижения детского образовательного учреждения военно-патриотической направленности в цифровой среде (на примере...)	Кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Манвелов Николай Владимирович manvelov-nv@ranepa.ru	
65.	Использование иностранных названий компаний и брендов для продвижения товаров и услуги в цифровой среде (на примере...)		
66.	Использование персонажей мультфильмов для продвижения товаров и услуг в цифровой среде (на примере...)		
67.	Использование собственных торговых марок для продвижения сетевых торговых предприятий в цифровой среде (на примере...)		
68.	Продвижение девелоперской компании в цифровой среде (на примере...)	Кандидат психологических наук, доцент кафедры	

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
69.	Продвижение выставок цифровой среде (на примере...)	интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС, Можарова Алиса Геннадьевна mozharova-ag@ranepa.ru	
70.	Продвижение центров досуга населения в цифровой среде (на примере...)		
71.	Telegram-канал как инструмент продвижения общественного/религиозного учреждения (на примере...)		
72.	Продвижение книжных маркетплейсов в цифровой среде (на примере...)		
73.	Использование социальных сетей в рекламе учреждений культуры (на примере ...)	Кандидат философских наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Никитин Михаил Владиславович nikitin-mv@ranepa.ru	
74.	Геймификация как инструмент продвижения в цифровой среде (на примере...)		
75.	Манипулятивное воздействие в онлайн рекламных кампаниях (на примере...)		
76.	Ребрендинг в цифровой среде как инструмент обновления бренда (на примере...)		
77.	Разработка события для компании в цифровой среде (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Новикова Ольга Викторовна novikova-ov2@ranepa.ru	
78.	Управление репутацией компании в сегменте B2B цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Поляков Максим Львович polyakov-ml@ranepa.ru	
79.	Бренд-медиа в «Telegram» как инструмент продвижения (на примере...)		
80.	Пользовательский контент как инструмент продвижения в цифровой среде (на примере...)		
81.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании в цифровой среде (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
82.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения в сфере искусства в цифровой среде (на примере...)		
83.	Продвижение девелоперов премиум-класса в цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Руднева Инна Сергеевна rudneva-is@ranepa.ru	
84.	Продвижение российских брендов дизайнерской одежды в цифровой среде (на примере...)		
85.	Продвижения предприятий ресторанного бизнеса в цифровой среде (на примере...)		
86.	Продвижение личного бренда специалиста / эксперта / руководителя в цифровой среде (на примере...)		
87.	Продвижение музея / галереи современного искусства в цифровой среде (на примере...)		
88.	Формирование медиаобраза населенного пункта / региона как точки притяжения туристов (на примере ...)		Директор Центра индивидуализации и развития образовательного пространства ИОН РАНХиГС Салихов Тагир Наилевич salikhov-tn@ranepa.ru
89.	Разработка программы продвижения образовательных / просветительских мероприятий в цифровой среде (на примере...)		
90.	Разработка программы продвижения в социальных медиа благотворительного мероприятия / марафона компании (на примере...)		
91.	Интеграция чат-ботов в коммуникационную стратегию бренда (на примере ...)		
92.	Краудфандинг как инструмент финансирования социальных проектов (на примере...)		
93.	Пиар-продвижение книжных новинок российских издательств в цифровой среде (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Селинов Петр Иванович selinov-pi@ranepa.ru	
94.	Программа пиар-продвижения приюта для животных в цифровой среде (на примере...)		
95.	Продвижение ресторанных сетей на российском рынке в цифровой среде (на примере ...)		
96.	Пиар-продвижение банковского продукта в цифровой среде (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
97.	Методы пиар-продвижения в образовательной онлайн-сфере (на примере...)		
98.	Использование инструментов продвижения в цифровой среде/ продвижения в интернете/ интегрированных коммуникаций в социокультурной сфере (любые виды искусства, благотворительность, социальное и социокультурное проектирование, креативные кластеры, проекты городского развития и недвижимость и т.д.) (на примере...).	Кандидат исторических наук, доцент кафедры государственного управления и публичной политики ИОН РАНХиГС Тимохина Елена Александровна timokhina-ea@ranepa.ru	
99.	Использование инструментов продвижения в цифровой среде/ продвижения в интернете/ интегрированных коммуникаций в креативной, музыкальной, спортивной, игровой, издательской, строительной и др. индустрии (на примере...).		
100.	Использование ивент-менеджмента/ специальных событий как инструмента продвижения в цифровой среде (на примере...).		
101.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Удалова Татьяна Васильевна udalova-tv@ranepa.ru	
102.	Разработка проекта рекламной кампании в цифровой среде (на примере...)		
103.	Продвижение в социальных сетях компании / бренда в цифровой среде (на примере...)		
104.	Интеграция российского культурного кода в событийный маркетинг для укрепления национальной идентичности бренда в цифровой среде (на примере...)		
105.	Формирование корпоративной культуры через внутренние события с использованием ценностей культурного кода	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Фунтов Дмитрий Владимирович	
106.	Разработка креативной концепции продвижения музея в цифровой среде (на примере ...)		
107.	Стратегическое планирование рекламной кампании в цифровой среде (на примере ...)		
108.	Организация специального мероприятия в рамках реализации бренд-стратегии в цифровой среде (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
109.	Применение технологий интернет-маркетинга в продвижении продукта / услуги (на примере...)	funtov-dv@ranepa.ru	
110.	Социальная реклама в продвижение благотворительного проекта в цифровой среде (на примере...)		
111.	Использование нативных коммуникаций бренда в цифровой среде (на примере...)	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Цветкова Анна Борисовна tsvetkova-ab@ranepa.ru	
112.	Разработка стратегии продвижения некоммерческой организации в цифровой среде (на примере...)		
113.	Продвижение благотворительного проекта сферы культуры в цифровых медиа (на примере...)		
114.	Совершенствование бренд-коммуникаций организации в цифровой среде (на примере...)		
115.	Продвижение бренда в социальных медиа (на примере...)		