

**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) «Управление социальными коммуникациями»
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 (на примере ...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Бедринская Ирина	
2.	Коммуникационные технологии продвижения здорового образа жизни среди молодежи (на примере ...)		
3.	Организация пресс-мероприятий для продвижения бренда компании (на примере ...)		

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

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
20.	Инфлюенс-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании (на примере ...)	Радолевна bukharbaeva-ar@ranepa.ru	
21.	Создание условий для инклюзивного образования как инструмент продвижения учебного заведения (на примере РАНХиГС)	Кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Глазков Алексей Владимирович glazkov-av@ranepa.ru	
22.	Партнерство как инструмент продвижения образовательного учреждения (на примере РАНХиГС)		
23.	Научное мероприятие как инструмент продвижения учебного заведения (на примере научных мероприятий РАНХиГС)		
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 (на примере...)		
26.	Вербальные и невербальные манипуляции в рекламе в сфере туризма / косметики / культуры (на примере...)		
27.	Отражение в рекламе системы ценностей / стереотипов / национальной специфики.		
28.	Пиар-продвижение социально-культурных проектов (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Головко Сергей Борисович golovko-sb@ranepa.ru	
29.	Продвижение учреждений в сфере культуры и искусства в цифровой среде (на примере)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Грансон Любовь Ивановна	
30.	Особенности создания и распространения цифрового контента для молодежи для продвижения в сфере культуры и искусства (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
31.	Разработка программы продвижения организации / бренда на (на примере ...)	granson-li@ranepa.ru	
32.	Разработка / оптимизация медиастратегии компании / бренда (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 Демидов Владимир Алексеевич demidov-va@ranepa.ru
40.	Продвижение компании / бренда в социальных сетях (на примере ...)		
41.	Продвижение товаров повседневного спроса в социальных сетях (на примере ...)		
42.	Внешние коммуникации компании / бренда (на примере ...)		
43.	Продвижение благотворительного фонда в социальных сетях (на примере ...)		
44.	Формирование имиджа благотворительного фонда / молодежного общественного движения / волонтерского движения / общественной организации, занимающейся военно-патриотическим воспитанием молодежи / общественной организации, занимающейся защитой прав потребителей / любой другой общественной организации (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Дикевич Валерий Николаевич	

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
45.	Взаимодействие бизнес-корпорации / социальной группы интересов с органами государственной власти (на примере...)	dikevich-vn@ranepa.ru	
46.	Формирование имиджа театра / фильма / сериала / картинной галереи / арт-пространства / диджея (на примере...)		
47.	Формирование имиджа спортивного клуба (на примере...)		
48.	Инструменты управления онлайн-репутацией для государственных учреждений в России (на примере...)	Кандидат исторических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Зайонц Андрей Альбертович zayonts-aa@ranepa.ru	
49.	Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации компании в цифровом пространстве (на примере...)		
50.	Искусственный интеллект как инструмент мониторинга и управления репутацией в интернете (на примере...)		
51.	Отзывы и рейтинги как инструмент формирования репутации компании в цифровом пространстве (на примере...)		
52.	Инструменты управления онлайн-репутацией для благотворительных фондов в России (на примере...)		
53.	Продвижение компании / бренда в сфере туризма (на примере...)	Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Захарова Мария Васильевна zakharova-mv@ranepa.ru	
54.	Продвижение туристических сервисов / туристского продукта (на примере...)		
55.	Продвижение туристского продукта (на примере...)		
56.	Продвижение в сфере образовательного туризма (на примере...)		
57.	Пользовательский контент как инструмент продвижения благотворительных фондов (на примере...)		
58.	Разработка и продвижение корпоративного бренда компании (на примере ...)	Кандидат экономических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Исаев Сергей Михайлович	
59.	Спонсорство как инструмент интегрированных коммуникаций (на примере ...)		
60.	«Партизанский маркетинг» как инструмент продвижения бренда (на примере ...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
61.	«Телеграм» как инструмент продвижения в цифровой среде (на примере...)	isaev-sm@ranepa.ru	
62.	Программы лояльности как инструмент расширения клиентской базы (на примере ...)		
63.	Продвижение компании/бренда в сфере финансов и банковских услуг (на примере...)	Профессор филологических наук, доцент, профессор кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС Лихачев Сергей Владимирович likhachev-sv@ranepa.ru	
64.	Продвижение бренда/услуг спортивного (фитнес) центра (на примере...)		
65.	Продвижение бренда одежды и аксессуаров (на примере ...)		
66.	Продвижения бренда благотворительного фонда в офлайн-среде (на примере...)		
67.	Инструменты продвижения торговой сети (на примере ...)		
68.	Разработка концепции продвижения детского образовательного учреждения военно-патриотической направленности	Кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Манвелов Николай Владимирович manvelov-nv@ranepa.ru	
69.	Использование иностранных названий компаний и брендов для продвижения товаров и услуги (на примере...)		
70.	Использование персонажей мультфильмов для продвижения товаров и услуг (на примере...)		
71.	Использование собственных торговых марок для продвижения сетевых торговых предприятий (на примере...)		
72.	Особенности разработки сувенирной продукции для образовательных учреждений (на примере...)	Кандидат психологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Можарова Алиса Геннадьевна mozharova-ag@ranepa.ru	
73.	Особенности разработки сувенирной продукции для культурных мероприятий/выставок (на примере...)		
74.	Продвижение ресторанного бизнеса (на примере...)		
75.	Продвижение книжного бизнеса (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
76.	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	
77.	Геймификация как инструмент продвижения (на примере...)		
78.	Особенности использования элементов южнокорейской поп-культуры в рекламе (на примере...)		
79.	Манипулятивное воздействие в рекламных кампаниях (на примере...)		
80.	Ребрендинг и репозиционирование как инструмент обновления бренда (на примере...)		
81.	Разработка события для компании / бренда (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Новикова Ольга Викторовна novikova-ov2@ranepa.ru	
82.	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	
83.	Бренд-медиа в «Телеграм» как инструмент продвижения (на примере...)		
84.	Пользовательский контент как инструмент продвижения (на примере...)		
85.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании (на примере...)		
86.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения в сфере искусства (на примере...)		
87.	Продвижение девелоперов премиум-класса в цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС	
88.	Продвижение российских брендов дизайнерской одежды в цифровой среде (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
89.	Продвижения предприятий ресторанного бизнеса в цифровой среде (на примере...)	Руднева Инна Сергеевна rudneva-is@ranepa.ru	
90.	Продвижение личного бренда специалиста / эксперта / руководителя в цифровой среде (на примере...)		
91.	Продвижение музея / галереи современного искусства в цифровой среде (на примере...)		
92.	Разработка программы продвижения образовательного учреждения (университет, корп. университет и т.д.) (на примере ...)		Директор Центра индивидуализации и развития образовательного пространства ИОН РАНХиГС Салихов Тагир Наильевич salikhov-tn@ranepa.ru
93.	Разработка программы продвижения образовательных / просветительских мероприятий (для..., на примере...)		
94.	Формирование образа населенного пункта / региона как точки притяжения туристов (на примере ...)		
95.	Разработка программы продвижения благотворительного мероприятия / марафона компании (на примере...)		
96.	Краудфандинг как инструмент финансирования социальных проектов		
97.	Пиар-продвижение книжных новинок российских издательств (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Селинов Петр Иванович selinov-pi@ranepa.ru	
98.	Программа пиар-продвижения приюта для животных (на примере...)		
99.	Продвижение ресторанных сетей на российском рынке (на примере ...)		
100.	Пиар-продвижение банковского продукта (на примере...)		
101.	Методы пиар-продвижения в образовательной онлайн-сфере (на примере...)		
102.	Продвижение компании /бренда / продукта (на примере...)	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры государственного управления и публичной политики ИОН РАНХиГС Синяева Ольга Юрьевна sinyaeva-oy@ranepa.ru	
103.	Брендинг / ребрендинг как элемент ценностного подхода в продвижении (на примере...)		
104.	Внешние коммуникации компании с потребителями (на примере...)		
105.	Ивент-маркетинг как инструмент продвижения (на примере...)		
106.	Внутренние коммуникации компании (на примере...)		
107.	Использование интегрированных коммуникаций / инструментов пиар-	Кандидат исторических	

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
	продвижения и рекламы / инструментов пиара / инструментов продвижения в интернете / инструментов продвижения в цифровой среде в социокультурной сфере (любые виды искусства, благотворительность, социальное и социокультурное проектирование, креативные кластеры, проекты городского развития и недвижимость и т.д.) (на примере...)	наук, доцент кафедры государственного управления и публичной политики ИОН РАНХиГС Тимохина Елена Александровна timokhina-ea@ranepa.ru	
108.	Использование интегрированных коммуникаций / инструментов пиар-продвижения и рекламы/ инструментов пиара / инструментов продвижения в интернете / инструментов продвижения в цифровой среде в креативной, музыкальной, спортивной, игровой, издательской, строительной и др. индустрии (на примере...)		
109.	Использование ивент-менеджмента / специальных событий как инструмента пиар-продвижения (на примере...)		
110.	Разработка программы продвижения компании / бренда (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Удалова Татьяна Васильевна udalova-tv@ranepa.ru	
111.	Разработка проекта рекламной кампании (на примере...)		
112.	Продвижение в социальных сетях компании / бренда (на примере...)		
113.	Интеграция российского культурного кода в событийный маркетинг для укрепления национальной идентичности бренда		
114.	Формирование корпоративной культуры через внутренние события с использованием ценностей культурного кода		
115.	Разработка креативной концепции продвижения музея (на примере ...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Фунтов Дмитрий Владимирович funtov-dv@ranepa.ru	
116.	Стратегическое планирование рекламной кампании (на примере ...)		
117.	Организация специального мероприятия в рамках реализации бренд-стратегии (на примере ...)		
118.	Применение технологий интернет-маркетинга в продвижении продукта / услуги (на примере...)		

№ п/п	Тема ВКР индивидуальная	Научный руководитель	Консультант
119.	Социальная реклама в продвижение благотворительного проекта (на примере...)		
120.	Использование социальных стереотипов при построении рекламной кампании бренда (на примере...)	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС Цветкова Анна Борисовна tsvetkova-ab@ranepa.ru	
121.	Разработка бренда и программы продвижения на российском рынке (на примере...)		
122.	Разработка коммуникационной кампании для благотворительного фонда (на примере...)		
123.	Разработка и продвижение нового проекта глэмпинга на рынке туристических услуг (на примере...)		
124.	Организация взаимодействия компании и рекламного агентства (на примере...)		