Приложение 10
к рабочей программе государственной итоговой аттестации, включающая оценочные материалы для государственных аттестационных испытаний по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью образовательной программы «Управление коммуникациями»

Темы выпускной квалификационной работы

№ п/п	Тема ВКР	Руководитель ВКР
1.	Разработка системы внутрикорпоративных коммуникаций в российской компании (на примере …)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Бедринская Ирина Валерьевна** bedrinskaya-iv@ranepa.ru
2.	Коммуникационные технологии продвижения здорового образа жизни среди молодежи (на примере …)	
3.	Организация пресс-мероприятий для продвижения бренда компании (на примере …)	
4.	Управление рекламой и связями с общественностью в кризисной ситуации (на примере...)	
5.	Пиар-инструменты для формирования имиджа руководителя компании (на примере ...)	
6.	Использование методов политической агитации в избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы IX созыва (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.	Продвижение российских брендов в сфере моды (на примере...)	Кандидат политических наук, доцент кафедры интегрированных
12.	Продвижение благотворительных организаций / проектов / фондов (на примере…)	

13.	Продвижение учреждений в сфере культуры и искусства (на примере...)	коммуникаций ИОН РАНХиГС **Бухарбаева Асия Радолевна** bukharbaeva-ar@ranepa.ru
14.	Разработка программы продвижения (SMM-продвижения) для проекта / бренда / компании (на примере ...)	
15.	Инфлюенс-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании (на примере ...)	
16.	Продвижение в сфере образования и науки (на примере...)	
17.	Продвижение бренда / компании / благотворительной организации / зоозащитной организации / учреждения культуры в цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Глазкова Елена Анатольевна** glazkova-ea@ranepa.ru
18.	Продвижение традиционных ценностей / здорового образа жизни (на примере...)	
19.	Вербальные и невербальные манипуляции в рекламе в сфере туризма / косметики / культуры (на примере...)	
20.	Отражение в рекламе системы ценностей / стереотипов / национальной специфики.	
21.	Продвижение учреждений в сфере культуры и искусства / учреждений здравоохранения / образования / благотворительных организаций (на примере …)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Грансон Любовь Ивановна** granson-li@ranepa.ru
22.	Разработка/оптимизация медиастратегии компании / бренда в цифровой среде /в онлайн и офлайн средах (на примере …)	
23.	Разработка программы продвижения компании / организации / бренда (на примере …)	
24.	Медиапланирование как инструмент рекламных коммуникаций в цифровой среде/в онлайн и офлайн средах (на примере …..)	
25.	Применение генеративных нейросетей в производстве рекламных видеороликов (на примере …)	
26.	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
27.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
28.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	
29.	Продвижение ценностей здорового образа жизни и долголетия в цифровой среде (на примере…)	
30.	Внутрикорпоративные коммуникации как инструмент адаптации сотрудников к внедрению искусственного интеллекта (на примере…)	

31.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Деркаченко Павел Вячеславович** derkachenko-pav@ranepa.ru
32.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
33.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
34.	Продвижение бренда / компании в сфере (на примере …)	
35.	Продвижение социально значимых проектов (на примере…)	
36.	Совершенствование продвижения бренда с помощью инструментов аудита	Кандидат экономических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Джавршян Нана Размики** dzhavrshyan-nr@ranepa.ru
37.	Коммуникативные инструменты продвижения бренда в сфере моды	
38.	Разработка концепции модного бренда на российском рынке	
39.	Совершенствование стратегии продвижения бренда/компании (на примере ...)	
40.	Брендинг/ребрендинг в сфере моды (на примере…)	
41.	Формирование имиджа политика / политической партии (на примере…)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Дикевич Валерий Николаевич** dikevich-vn@ranepa.ru
42.	Формирование имиджа общественной организации / благотворительного фонда (на примере…)	
43.	Формирование имиджа учреждения культуры (на примере...)	
44.	Формирование имиджа коммерческой структуры / промышленного предприятия (на примере…)	
45.	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
46.	Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации компании в цифровом пространстве (на примере…)	
47.	Искусственный интеллект как инструмент мониторинга и управления репутацией в интернете (на примере…)	
48.	Отзывы и рейтинги как инструмент формирования репутации компании в цифровом пространстве (на примере…)	
49.	Инструменты управления онлайн-репутацией для благотворительных фондов в России (на примере…)	

50.	Продвижение компании / бренда в сфере туризма (на примере…)	Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Захарова Мария Васильевна** zakharova-mv@ranepa.ru
51.	Пользовательский контент как инструмент продвижения в сфере туризма (на примере…)	
52.	Продвижение туристского продукта (на примере...)	
53.	Продвижение в сфере образовательного туризма (на примере…)	
54.	Пользовательский контент как инструмент продвижения благотворительных фондов (на примере…)	
55.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Иванов Андрей Викторович** ivanov-avi@ranepa.ru
56.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
57.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
58.	Продвижение бренда / компании в сфере (на примере …)	
59.	Продвижение социально значимых проектов (на примере…)	
60.	Разработка и продвижение корпоративного бренда компании (на примере ...)	Кандидат экономических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Исаев Сергей Михайлович** isaev-sm@ranepa.ru
61.	Спонсорство как инструмент интегрированных коммуникаций (на примере …)	
62.	«Партизанский маркетинг» как инструмент продвижения бренда (на примере ...)	
63.	Инфлюенс-маркетинг как инструмент продвижения бренда (на примере…)	
64.	Программы лояльности как инструмент расширения клиентской базы (на примере ...)	
65.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Кандалинцева Александра Анатольевна** kandalintseva-aa@ranepa.ru
66.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
67.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
68.	Продвижение бренда / компании в сфере (на примере …)	
69.	Продвижение социально значимых проектов (на примере…)	

70.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Лочан Сергей Александрович** lochan-sa@ranepa.ru
71.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
72.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
73.	Продвижение бренда / компании в сфере (на примере …)	
74.	Продвижение социально значимых проектов (на примере…)	
75.	Разработка концепции продвижения детского образовательного учреждения военно-патриотической направленности	Кандидат исторических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Манвелов Николай Владимирович** manvelov-nv@ranepa.ru
76.	Использование иностранных названий компаний и брендов для продвижения товаров и услуги (на примере…)	
77.	Использование персонажей мультфильмов для продвижения товаров и услуг (на примере...)	
78.	Использование собственных торговых марок для продвижения сетевых торговых предприятий (на примере...)	
79.	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
80.	Особенности разработки сувенирной продукции для культурных мероприятий/выставок (на примере...)	
81.	Продвижение ресторанного бизнеса (на примере...)	
82.	Продвижение книжного бизнеса (на примере...)	
83.	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
84.	Геймификация как инструмент продвижения (на примере...)	
85.	Особенности использования элементов южнокорейской поп-культуры в рекламе (на примере...)	
86.	Манипулятивное воздействие в рекламных кампаниях (на примере...)	
87.	Ребрендинг и репозиционирование как инструмент обновления бренда (на примере...)	

88.	Разработка события для компании / бренда (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Новикова Ольга Викторовна** novikova-ov@ranepa.ru
89.	Управление репутацией компании в сегменте B2B в цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Поляков Максим Львович** polyakov-ml@ranepa.ru
90.	Бренд-медиа в социальной сети как инструмент продвижения (на примере …)	
91.	Пользовательский контент как инструмент продвижения (на примере...)	
92.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании (на примере…)	
93.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения в сфере искусства (на примере…)	
94.	Продвижение онлайн-курсов (языковых / вокальных) в цифровой среде (на примере ...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Прихожев Павел Валерьевич** prikhozhev-pv@ranepa.ru
95.	Продвижение цифрового печатного издания в социальных сетях (на примере ...)	
96.	Коммуникационное сопровождение научного исследования / научно-популярного проекта (на примере ...)	
97.	Продвижение начинающего музыкального исполнителя средствами интегрированных коммуникаций (на примере ...)	
98.	Коммуникационное сопровождение выставки музея / галереи средствами интегрированных коммуникаций (на примере ...)	
99.	Продвижение девелоперов жилой недвижимости в цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Руднева Инна Сергеевна** rudneva-is@ranepa.ru
100.	Продвижение российских брендов одежды в цифровой среде (на примере...)	
101.	Продвижения предприятий ресторанного бизнеса в цифровой среде (на примере…)	
102.	Продвижение личного бренда специалиста / эксперта / руководителя в цифровой среде (на примере…)	
103.	Продвижение музея / галереи современного искусства в цифровой среде (на примере…)	

104.	Разработка программы продвижения образовательного учреждения (университет, корп. университет и т.д.) (на примере ...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Салихов Тагир Наильевич** salikhov-tn@ranepa.ru
105.	Разработка программы продвижения образовательных / просветительских мероприятий (на примере…)	
106.	Формирование образа населенного пункта / региона как точки притяжения туристов (на примере …)	
107.	Разработка программы продвижения благотворительного мероприятия / марафона компании (на примере…)	
108.	Краудфандинг как инструмент финансирования социальных проектов	
109.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Сафронова Наталья Борисовна** safronova@ranepa.ru
110.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
111.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
112.	Продвижение бренда / компании в сфере (на примере …)	
113.	Продвижение социально значимых проектов (на примере…)	
114.	Пиар-продвижение книжных новинок российских издательств (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Селинов Петр Иванович** selinov-pi@ranepa.ru
115.	Программа пиар-продвижения приюта для животных (на примере...)	
116.	Продвижение ресторанных сетей на российском рынке (на примере ...)	
117.	Пиар-продвижение банковского продукта (на примере...)	
118.	Методы пиар-продвижения в образовательной онлайн-сфере (на примере...)	
119.	Использование интегрированных коммуникаций / инструментов пиар-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...)	Кандидат исторических наук, доцент кафедры государственного управления и публичной политики ИОН РАНХиГС **Тимохина Елена Александровна** timokhina-ea@ranepa.ru
120.	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...)	

121.	Использование ивент-менеджмента / специальных событий как инструмента пиар-продвижения (на примере...)	
122.	Разработка комплексной программы продвижения бренда на основе интегрированных коммуникаций (на примере…)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Удалова Татьяна Васильевна** udalova-tv@ranepa.ru
123.	Формирование программы продвижения компании на рынке… (на примере…)	
124.	Продвижение в социальных сетях компании / бренда (на примере...)	
125.	Продвижение мастер-классов в сфере креативных индустрий (на примере…)	
126.	Продвижение услуг агентства мероприятий (на примере...)	
127.	Формирование эмоциональной связи с аудиторией через контент бренда в социальных сетях (на примере ...)	Кандидат экономических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Федосеева Ольга Вячеславовна** fedoseeva-ov@ranepa.ru
128.	Совершенствование цифровых каналов коммуникации компании с клиентами (на примере ...)	
129.	Роль событийного маркетинга в формировании эмоциональной связи с брендом (на примере ...)	
130.	Формирование лояльности аудитории к бренду через контент в социальных сетях (на примере ...)	
131.	Совершенствование системы интегрированных маркетинговых коммуникаций компании (на примере ...)	
132.	Разработка креативной концепции продвижения музея (на примере ...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Фунтов Дмитрий Владимирович** funtov-dv@ranepa.ru
133.	Стратегическое планирование рекламной кампании (на примере ...)	
134.	Организация специального мероприятия в рамках реализации бренд-стратегии (на примере ...)	
135.	Применение технологий интернет-маркетинга в продвижении продукта / услуги (на примере...)	
136.	Социальная реклама в продвижение благотворительного проекта (на примере...)	
137.	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
138.	Разработка бренда и программы продвижения на российском рынке (на примере...)	
139.	Разработка коммуникационной кампании для благотворительного фонда (на примере...)	
140.	Разработка и продвижение нового проекта глэмпинга на рынке туристических услуг (на примере...)	
141.	Организация взаимодействия компании и рекламного агентства (на примере...)	