Приложение 13
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 «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Темы выпускной квалификационной работы

№ п/п	Тема ВКР	Руководитель ВКР
1.	Разработка системы внутрикорпоративных коммуникаций в российской компании в цифровой среде (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 в цифровой среде (на примере …)	
3.	Организация пресс-мероприятий для продвижения бренда компании в цифровой среде (на примере …)	
4.	Управление рекламой и связями с общественностью в кризисной ситуации в цифровой среде (на примере...)	
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 политической агитации в цифровой среде в избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы IX созыва (на примере…)	

11.	Продвижение российских брендов в сфере моды в цифровой среде (на примере...)	Кандидат политических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Бухарбаева Асия Радолевна** bukharbaeva-ar@ranepa.ru
12.	Продвижение благотворительных организаций / проектов / фондов в цифровой среде (на примере…)	
13.	Продвижение учреждений в сфере культуры и искусства в цифровой среде (на примере...)	
14.	Разработка программы продвижения (SMM-продвижения) для проекта / бренда / компании в цифровой среде (на примере ...)	
15.	Инфлюенс-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании в цифровой среде (на примере ...)	
16.	Продвижение в сфере образования и науки в цифровой среде (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 в цифровой среде (на примере...)	
19.	Отражение в рекламе системы ценностей / стереотипов / национальной специфики в цифровой среде	
20.	Продвижение в цифровой среде волонтерского движения / волонтерской организации (на примере...)	
21.	Продвижение учреждений в сфере культуры и искусства / учреждений здравоохранения / образования / благотворительных организаций в цифровой среде (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 (на примере …)	
23.	Разработка программы продвижения компании / организации / бренда в цифровой среде (на примере …)	
24.	Особенности планирования/медиапланирования для продвижения компании / бренда / продукта / услуги 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

27.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Дегтярева Людмила Васильевна** degtyareva-lv@ranepa.ru
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 социальных сетях (на примере …)	
35.	Продвижение социально значимых проектов в цифровой среде (на примере…)	
36.	Продвижение бренда в цифровой среде в сфере моды	Кандидат экономических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Джавршян Нана Размики** dzhavrshyan-nr@ranepa.ru
37.	Совершенствование диджитал стратегии компании в сфере моды / культуры	
38.	Совершенствование продвижения институтов культуры в цифровой среде	
39.	Продвижение личного бренда в социальных сетях	

40.	Использование пиар-инструментов для продвижения политика / политической партии в цифровой среде (на примере…)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Дикевич Валерий Николаевич** dikevich-vn@ranepa.ru
41.	Формирование имиджа общественной организации / благотворительного фонда в цифровой среде (на примере…)	
42.	Формирование имиджа учреждения культуры в цифровой среде (на примере...)	
43.	Формирование имиджа коммерческой структуры / промышленного предприятия в цифровой среде (на примере…)	
44.	Формирование имиджа спортивного клуба / федерации по виду спорта в цифровой среде (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 в цифровой среде (на примере…)	Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Захарова Мария Васильевна** zakharova-mv@ranepa.ru
51.	Продвижение туристических сервисов в цифровой среде (на примере…)	
52.	Продвижение туристского продукта в цифровой среде (на примере...)	
53.	Продвижение в сфере образовательного туризма в цифровой среде (на примере…)	

54.	Пользовательский контент как инструмент продвижения благотворительных фондов в цифровой среде (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 социальных сетях (на примере …)	
59.	Продвижение социально значимых проектов в цифровой среде (на примере…)	
60.	SMM как маркетинговая коммуникация и инструмент продвижения бренда (на примере …)	Кандидат экономических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Исаев Сергей Михайлович** isaev-sm@ranepa.ru
61.	«Партизанский маркетинг» в цифровой среде как инструмент продвижения компании / бренда (на примере ...)	
62.	Мессенджер Max как инструмент digital-продвижения (на примере …)	
63.	Мероприятия (эвенты) как инструмент развития компании / бренда (в digital среде) (на примере ...)	
64.	Нативная реклама в Интернете как инструмент продвижения бренда (на примере …)	
65.	Особенности разработки диджитал-рекламной кампании спортивной (образовательной и т.д.) организации (на примере…)	
66.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Кандалинцева Александра Анатольевна** kandalintseva-aa@ranepa.ru
67.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
68.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
69.	Продвижение бренда / компании в социальных сетях (на примере …)	
70.	Продвижение социально значимых проектов в цифровой среде (на примере…)	
71.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры интегрированных
72.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
73.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	

74.	Продвижение бренда / компании в социальных сетях (на примере …)	коммуникаций ИОН РАНХиГС **Лочан Сергей Александрович** lochan-sa@ranepa.ru
75.	Продвижение социально значимых проектов в цифровой среде (на примере…)	
76.	Разработка концепции продвижения детского образовательного учреждения военно-патриотической направленности в цифровой среде (на примере…)	Кандидат исторических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Манвелов Николай Владимирович** manvelov-nv@ranepa.ru
77.	Использование иностранных названий компаний и брендов для продвижения товаров и услуги в цифровой среде (на примере…)	
78.	Использование персонажей мультфильмов для продвижения товаров и услуг в цифровой среде (на примере...)	
79.	Использование собственных торговых марок для продвижения сетевых торговых предприятий в цифровой среде (на примере...)	
80.	Продвижение девелоперской компании в цифровой среде (на примере...)	Кандидат психологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС, **Можарова Алиса Геннадьевна** mozharova-ag@ranepa.ru
81.	Продвижение выставок в цифровой среде (на примере…)	
82.	Продвижение центров досуга населения в цифровой среде (на примере...)	
83.	Телеграм-канал как инструмент продвижения общественного/религиозного учреждения (на примере...)	
84.	Продвижение книжных маркетплейсов в цифровой среде (на примере…)	
85.	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
86.	Геймификация как инструмент продвижения в цифровой среде (на примере...)	
87.	Манипулятивное воздействие в онлайн рекламных кампаниях (на примере...)	
88.	Ребрендинг в цифровой среде как инструмент обновления бренда (на примере...)	
89.	Разработка события для компании в цифровой среде (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС

		Новикова Ольга Викторовна novikova-ov@ranepa.ru
90.	Управление репутацией компании в сегменте B2B цифровой среде (на примере...)	Кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Поляков Максим Львович** polyakov-ml@ranepa.ru
91.	Бренд-медиа в социальной сети как инструмент продвижения (на примере …)	
92.	Пользовательский контент как инструмент продвижения в цифровой среде (на примере...)	
93.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения бренда / компании в цифровой среде (на примере.)	
94.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения в сфере искусства в цифровой среде (на примере.)	
95.	Продвижение онлайн-курсов (языковых / вокальных) в цифровой среде (на примере ...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Прихожев Павел Валерьевич** prikhozhev-pv@ranepa.ru
96.	Продвижение начинающего музыкального исполнителя/художника/галереи в цифровой среде (на примере ...)	
97.	Разработка стратегии цифрового продвижения спортивного тренера (на примере ...)	
98.	Продвижение научно-популярного проекта в цифровой среде (на примере ...)	
99.	Продвижение цифрового печатного издания в социальных сетях (на примере ...)	
100.	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
101.	Продвижение российских брендов одежды в цифровой среде (на примере...)	
102.	Продвижения предприятий ресторанного бизнеса в цифровой среде (на примере…)	
103.	Продвижение личного бренда специалиста / эксперта / руководителя в цифровой среде (на примере…)	
104.	Продвижение музея / галереи современного искусства в цифровой среде (на примере…)	
105.	Формирование медиаобраза населенного пункта / региона как точки притяжения туристов (на примере …)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС
106.	Разработка программы продвижения образовательных / просветительских мероприятий в цифровой среде (на примере…)	

107.	Разработка программы продвижения в социальных медиа благотворительного мероприятия / марафона компании (на примере…)	**Салихов Тагир Наильевич** salikhov-tn@ranepa.ru
108.	Интеграция чат-ботов в коммуникационную стратегию бренда (на примере …)	
109.	Краудфандинг как инструмент финансирования социальных проектов (на примере…)	
110.	Разработка программы SMM-продвижения бренда / компании (на примере…)	Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Сафронова Наталья Борисовна** safronova@ranepa.ru
111.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
112.	Продвижение компании / бренда в цифровой среде (на примере…)	
113.	Продвижение бренда / компании в социальных сетях (на примере …)	
114.	Продвижение социально значимых проектов в цифровой среде (на примере…)	
115.	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
116.	Программа пиар-продвижения приюта для животных в цифровой среде (на примере...)	
117.	Продвижение ресторанных сетей на российском рынке в цифровой среде (на примере ...)	
118.	Пиар-продвижение банковского продукта в цифровой среде (на примере...)	
119.	Методы пиар-продвижения в образовательной онлайн-сфере (на примере...)	
120.	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
121.	Использование инструментов продвижения в цифровой среде/ продвижения в интернете/ интегрированных коммуникаций в креативной, музыкальной, спортивной, игровой, издательской, строительной и др. индустрии (на примере...).	
122.	Использование ивент-менеджмента/ специальных событий как инструмента продвижения в цифровой среде (на примере...).	
123.	Разработка программы продвижения компании / бренда в цифровой среде (на примере...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС
124.	Разработка программы продвижения компании/бренда в цифровой среде на основе интегрированных интернет-коммуникаций (на примере …)	
125.	Продвижение в социальных сетях компании / бренда в цифровой среде (на примере...)	

126.	Совершенствование цифровых коммуникаций компании в системе продвижения бренда (на примере …)	**Удалова Татьяна Васильевна** udalova-tv@ranepa.ru
127.	Продвижение в цифровой среде услуг агентства мероприятий (на примере...)	
128.	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
129.	Совершенствование цифровых каналов коммуникации компании с клиентами (на примере ...)	
130.	Роль событийного маркетинга в формировании эмоциональной связи с брендом в цифровой среде (на примере ...)	
131.	Формирование лояльности аудитории к бренду через контент в социальных сетях (на примере ...)	
132.	Совершенствование системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в цифровой среде (на примере ...)	
133.	Разработка креативной концепции продвижения музея в цифровой среде (на примере ...)	Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Фунтов Дмитрий Владимирович** funtov-dv@ranepa.ru
134.	Стратегическое планирование рекламной кампании в цифровой среде (на примере ...)	
135.	Организация специального мероприятия в рамках реализации бренд-стратегии в цифровой среде (на примере…)	
136.	Применение технологий интернет-маркетинга в продвижении продукта / услуги (на примере...)	
137.	Социальная реклама в продвижение благотворительного проекта в цифровой среде (на примере...)	
138.	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
139.	Разработка стратегии продвижения некоммерческой организации в цифровой среде (на примере...)	
140.	Продвижение благотворительного проекта сферы культуры в цифровых медиа (на примере...)	
141.	Совершенствование бренд-коммуникаций организации в цифровой среде (на примере...)	
142.	Продвижение бренда в социальных медиа (на примере...)	