Приложение 11
к рабочей программе государственной итоговой аттестации, включающая оценочные материалы для государственных аттестационных испытаний по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью образовательной программы «Управление публичными коммуникациями»

Темы выпускной квалификационной работы

№ п/п	Тема ВКР	Руководитель ВКР
1.	Корпоративная социальная ответственность как инструмент джиар/пиар-коммуникаций компании/бренда.	Кандидат политических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Бухарбаева Асия Радолевна** bukharbaeva-ar@ranepa.ru
2.	Продвижение брендов/проектов в сфере здорового образа жизни.	
3.	Разработка интегрированной коммуникационной кампании для бренда/проекта в сфере здорового образа жизни.	
4.	Разработка интегрированной коммуникационной кампании для бренда/проекта в сфере экологии.	
5.	Разработка интегрированной коммуникационной кампании для проекта в сфере здравоохранения.	
6.	Разработка интегрированной коммуникационной кампании для приюта для животных.	
7.	Разработка интегрированной коммуникационной кампании для благотворительных организаций/фондов.	
8.	Ребрендинг как инструмент публичных коммуникаций.	
9.	Ценностное позиционирование организации в цифровых пиар-коммуникациях (на примере…).	Кандидат политических наук, доцент кафедры политологии и политического управления ИОН РАНХиГС
10.	Персональный бренд руководителя в системе репутационных коммуникаций организации (на примере…).	
11.	Коммуникативные стратегии некоммерческих организаций в продвижении общественно значимых инициатив в органах власти (на примере…).	

12.	Цифровые каналы взаимодействия бизнеса и органов государственной власти (на конкретном примере).	**Лебедева Екатерина Игоревна** lebedeva-ei@ranepa.ru
13.	Генеративный искусственный интеллект в антикризисных коммуникациях организации (на конкретном примере).	
14.	Ценностное позиционирование политических организаций в цифровых коммуникациях с молодежью (на конкретном примере).	
15.	Управление репутацией компании в цифровой среде (на конкретном примере).	Кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС **Поляков Максим Львович** polyakov-ml@ranepa.ru
16.	Контент-маркетинг как инструмент продвижения в сфере искусства (на примере…).	
17.	Социальные медиа как инструмент маркетинговых коммуникаций (на примере..).	
18.	Пользовательский контент как инструмент продвижения (на примере...).	
19.	Бренд-медиа в социальной сети как инструмент продвижения (на примере…).	
20.	Социальная реклама как инструмент продвижения здорового образа жизни.	Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС **Глазкова Елена Анатольевна** glazkova-ea@ranepa.ru
21.	Фестивали и конкурсы как инструмент продвижения социальных инициатив.	
22.	Инструменты цифрового продвижения государственных / частных музеев /музейно-выставочных проектов / учреждений культуры / образовательных продуктов.	
23.	Цифровое продвижение социальных инициатив в сфере благотворительности / в сфере зоозащиты / в сфере охраны окружающей среды.	
24.	Политический имидж как способ взаимодействия политического деятеля с избирателями.	Кандидат философских наук, доцент кафедры политологии и политического управления ИОН РАНХиГС **Новиков Кирилл Евгеньевич** novikov-ke@ranepa.ru
25.	Ценностные установки как фактор успешности построения политического имиджа.	
26.	Совершенствование рекламно-коммуникационной деятельности агентств (на конкретном примере).	
27.	Совершенствование пиар-деятельности образовательного учреждения (на конкретном примере).	
28.	Влияние современных технологий интернет-коммуникаций на функционирование современных институтов власти.	

29.	Разработка концепции модного бренда и программы продвижения.	Кандидат экономических наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций ИОН РАНХиГС, **Джавршян Нана Размики** dzhavrshyan-nr@ranepa.ru
30.	Брендинг/ребрендинг в сфере моды (на примере…)	
35.	Продвижение личного бренда (на примере…).	Кандидат филологических наук, доцент кафедры дискурсивных практик ИОН РАНХиГС, **Руднева Инна Сергеевна** rudneva-is@ranepa.ru
36.	Продвижение предприятий ресторанного бизнеса (на примере…).	