

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

---

**Институт общественных наук  
Кафедра интегрированных коммуникаций**

Утверждены Ученым советом  
Института общественных наук  
Протокол от «10» декабря 2019 г. № 36

**Направление подготовки** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
**Направленность (профиль)** «Медиаменеджмент»  
**Квалификация выпускника** – магистр  
**Форма обучения** – очная  
**Год выпуска:** 2020 г.

**Список тем выпускных квалификационных работ**

1. Агрессия в конфликте и современных медиа.
2. Взаимосвязь городского пространства и публичной коммуникации.
3. Визуализация в современных медиа культурных представлений о ... (на выбор: семья, молодёжь, роскошь, удобство, практичность, успех).
4. Влияние digital communications на рекламу и связи с общественностью.
5. Критерии эффективности ребрендинга компании (на конкретном примере).
6. Менеджмент событий в связях с общественностью (на конкретном примере).
7. Особенности PR-деятельности в учреждениях культуры и искусства (на примере конкретной организации).
8. Особенности онлайн-коммуникации в современных медиа (на конкретном примере).

9. Особенности управления репутацией в интернете (на конкретном примере).
10. Принципы организации и планирования рекламной кампании (на конкретном примере).
11. Продвижения бренда с использованием новых медиа (на конкретном примере).
12. Развитие бренда (на конкретном примере).
13. Ребрендинг как способ усиления влияния организации на целевые аудитории (на конкретном примере.)
14. Роль визуальной информации в современных медиа.
15. Роль медиатехнологий в формировании имиджа (на примере).
16. Роль СМИ в развитии и урегулировании конфликтов.
17. Связи с общественностью в государственном управлении (на конкретном примере).
18. Социальные медиа как инструмент связей с общественностью (на конкретном примере).
19. Управление антикризисными коммуникациями (на конкретном примере).
20. Управление персональным брендом (на конкретном примере).