

**Направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»  
(всего 34 работы)**

<b>№</b>	<b>Студент</b>	<b>Тема выпускной квалификационной работы</b>	<b>Научный руководитель</b>
1	Алексеевко Антон Вячеславович	Специфика коммуникационной поддержки стартапов	Вархотов Т.А., доц.
2	Асланукова Амина Сагидовна	Механизмы формирования образа политического лидера в Великобритании на примере У.Черчилля и М.Тэтчер	Сорина Г.В., проф.
3	Афанасьева Юлия Андреевна	Особенности стратегии информационной поддержки Чемпионата мира по футболу ФИФА 2018 в России	Сегал А.П., н.с.
4	Бабаева Тамара Эдуардовна	Специфика мультимедийного продвижения Сбербанка	Костикова А.А., доц.
5	Быкова Алиса Алексеевна	Нагорно-Карабахская "четырёхдневная война" 2016 года: аргументация сторон в русскоязычных медиа	Сегал А.П., н.с.
6	Васильева Дарья Александровна	Роль персонального имиджа в деятельности официального представителя Министерства иностранных дел Российской Федерации	Костикова А.А., доц.
7	Гаврюкова Александра Станиславовна	Специфика стратегий продвижения ресторанов разной ценовой категории одного владельца	Малуев П.А., к.полит.н.
8	Дамян Милена Валерьевна	Основные тенденции развития рекламного рынка России в период кризиса 2011-2016 годов	Сегал А.П., н.с.
9	Жигун Мария Максимовна	Анализ выбора коммуникационных каналов для продвижения мероприятия на примере выставки "Зодчество 2016"	Шаронов Д.И., доц.
10	Зайкова Полина Сергеевна	Информационное сопровождение брендов на московском рынке телекоммуникационных услуг	Сегал А.П., н.с.
11	Кириченко Елена Михайловна	Язык рекламы в глобальном мире: национальные и региональные особенности	Прокудина Е.К., доц.

12	Колосинская Яна Станиславовна	Образ врага в триллерах Соединенных Штатов Америки 2009- 2016 годов	Вархотов Т.А., доц.
13	Крамарь Калерия Александровна	Стратегия информационного продвижения бренда кинофестиваля "Русское Зарубежье"	Шаронов Д.И., доц.
14	Кузнецова Ирина Владимировна	Технология "трансмедиа сторителлинг" как инструмент интегрированных коммуникаций	Сегал А.П., н.с.
15	Левунина Ольга Андреевна	"Сенситивный маркетинг" на рынке потребительской электроники	Сегал А.П., н.с.
16	Малеш Татьяна Александровна	Выставка как средство продвижения центра дизайна "Артплей"	Костикова А.А., доц.
17	Мамедова Айнур Аладдиновна	Особенности фандрайзинговой деятельности музеев: международный опыт	Прокудина Е.К., доц.
18	Мангушева Лилия Маратовна	"Сексуальная объективизация" женщины в телевизионной рекламе	Костикова А.А., доц.
19	Масленникова Анастасия Евгеньевна	Особенности продвижения брендов алкогольной индустрии на территории России в новых условиях правового регулирования рекламы	Денильханов А.Х., доц.
20	Матвеев Василий Андреевич	"Инстаграм" как современный инструмент продвижения	Шаронов Д.И., доц.
21	Миличихина Елена Васильевна	Процедура и критерии выбора медианосителей в ходе планирования информационной кампании на примере товаров массового спроса	Шаронов Д.И., доц.
22	Молодцова Анна Анатольевна	Особенности копирайтинга в социальной сети "ВКонтакте"	Сегал А.П., н.с.
23	Муратшина Юлия Радиковна	Образ правоохранительных органов России в современных средствах массовой информации на примере Следственного комитета и прокуратуры Российской Федерации	Денильханов А.Х., доц.
24	Олевинская Елизавета Эдуардовна	Информационные стратегии современного музея	Прокудина Е.К., доц.
25	Пиленице Инта	Формирование положительного имиджа России в Латвии как задача культурной политики Российской Федерации	Костикова А.А., доц.

26	Салтыкова Анна Игоревна	Интернет-издание как элемент событийного менеджмента на примере московского автофестиваля "Безопасное движение"	Сегал А.П., н.с.
27	Степанян Мари Леоновна	Особенности рекламной деятельности брендов высокой моды	Прокудина Е.К., доц.
28	Тарасов Антон Андреевич	Символическое пространство современных рекламных войн	Костикова А.А., доц.
29	Трисветова Ульяна Алексеевна	Специфика управления брендом на рынке систем самообороны	Вархотов Т.А., доц.
30	Хадыева Элина Ирековна	Современные методы оценки эффективности пиар-деятельности	Сегал А.П., н.с.
31	Харлашкина Анастасия Андреевна	Особенности продвижения товаров зарубежных и отечественных производителей в сегменте массмаркета на примере одежды	Прокудина Е.К., доц.
32	Чунов Андрей Андреевич	Фестиваль "Альфа Фьючер Пипл" как инструмент продвижения Альфа-Банка среди молодежи	Шаронов Д.И., доц.
33	Шиловская Кристина Сергеевна	Современные стратегии продвижения одежды сегмента масс-маркет	Малуев П.А., к.полит.н.
34	Шилькова Сурайа Ааматовна	Компаративный анализ механизмов этического регулирования пиар-деятельности в России и Соединенных Штатах Америки	Сорина Г.В., проф.