

## Приложение № 1

### Темы выпускных квалификационных работ и научные руководители обучающихся бакалавриата очной формы обучения (всего 99 работ)

#### Направление подготовки «Реклама и связи с общественностью» (всего 37 работ)

№	Обучающийся	Тема выпускной квалификационной работы	Научный руководитель (консультант)
1	Ажгиревич Арина Артемовна	Эффективность визуальных элементов в социальной рекламе	Меркулов А.В.,
2	Баранчикова Дарья Дмитриевна	Бренд как объект социально-экономического развития	Шаронов Д.И., доц.
3	Белова Виктория Денисовна	Популярные аккаунты в социальной сети "Инстаграм": женские образы эффективного коммуникатора в России	Костикова А.А., доц.- зав.каф.
4	Богданов Закир Имранович	Продвижение криптовалют: особенности маркетинга	Шлейтере С.В., доц.
5	Бюрчиева Баина Баатровна	Коммуникационное сопровождение профессионального футбольного клуба "ЦСКА" в социальных сетях	Баранов А.А.,
6	Власова Татьяна Евгеньевна	Коммуникационное сопровождение общероссийских молодежных мероприятий в условиях современности	Сорина Г.В., проф.
7	Галкина Ксения Дмитриевна	Процесс формирования медийной личности и факторы её влияния на массовое сознание	Сегал А.П., с.н.с.
8	Глухова Августина Геннадьевна	Специфика "грамматических переменных" фотографии	Костикова А.А., доц.- зав.каф.
9	Голубев Дмитрий Юрьевич	Специфика продвижения магазинов алкогольной продукции	Шлейтере С.В., доц.
10	Громова Анастасия Михайловна	Стратегии, применяемые в банковской сфере для продвижения их услуг на примере "ВТБ"	Шлейтере С.В., доц.

№	Обучающийся	Тема выпускной квалификационной работы	Научный руководитель (консультант)
11	Гуревич Анастасия Ростиславовна	"Франкофония" как проект продвижения французского языка и культуры	Прокудина Е.К., доц.
12	Деденко Диана Дмитриевна	Продвижение авторского кино в России	Иванов О.В., к.полит.н.
13	Дианова Ксения Максимовна	Интернет как технология политической рекламы: аналитическое исследование на примере предвыборных кампаний	Костикова А.А., доц.-зав.каф.
14	Ермоленко Александра Юрьевна	Специальные мероприятия как способ продвижения молодежной общероссийской общественной организации "Российские Студенческие Отряды"	Меркулов А.В.,
15	Касьянова Екатерина Владимировна	Особенности продвижения компании "Ростелеком" средствами рекламы и связей с общественностью	Сорина Г.В., проф.
16	Коваленко Дарья Николаевна	Стратегии вывода туристических фирм на рынок услуг на примере современного российского туристического бизнеса	Шлейтере С.В., доц.
17	Кожугулова Элина Бауржановна	Влияние коммуникационных проектов Госкорпорации "Росатом" на формирование благоприятной среды для развития городов атомной промышленности	Костикова А.А., доц.-зав.каф.
18	Комкова Владислава Алексеевна	Продвижение в социальных медиа услуг дистанционного образования	Шлейтере С.В., доц.
19	Ле Тху Ан	Формирование продающего контента в социальных сетях на платформах "Инстаграм" и "Вконтакте"	Сегал А.П., с.н.с.
20	Лобанова Анастасия Алексеевна	Мобильные приложения как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций на современном российском рынке банковских услуг	Бушев С.А., доц.
21	Маасияева Роза Намиковна	Роль социальной рекламы в современном обществе	Костикова А.А., доц.-зав.каф.
22	Майорова Маргарита Михайловна	Влияние рекламы на потребительское поведение	Костикова А.А., доц.-зав.каф.

№	Обучающийся	Тема выпускной квалификационной работы	Научный руководитель (консультант)
23	Мельниченко Валерия Николаевна	Особенности антикризисных коммуникаций в сфере трэвел-услуг	Сегал А.П., с.н.с.
24	Мялькаева Полина Артуровна	Методология продвижения в социальной сети "Фэйсбук" на примере компании "Сиа Инсайд"	Чистов И.И.,
25	Насирова Аида Адилевна	Сравнительный анализ российской и американской рекламы товаров повседневного спроса с 1990-2010 годы	Шаронов Д.И., доц.
26	Норов Алексей Михайлович	Социальные сети как инструмент манипулирования общественным сознанием	Прокудина Е.К., доц.
27	Питкунов Александр Максимович	Стратегии продвижения банковских продуктов среди физических лиц на примере "Альфа-Банк" и "Райффайзенбанк"	Шлейтере С.В., доц.
28	Полдушина Марина Игоревна	Анализ подкастов как канала коммуникации	Сегал А.П., с.н.с.
29	Розьева Мяхри Довлетдурдыевна	Механизмы формирования представлений о правильном питании в социальных сетях на примере платформы "Инстаграм"	Шкомова Е.М., асс.
30	Семилова Мария Андреевна	Архетип в символике мировых классических университетов	Костикова А.А., доц.-зав.каф.
31	Солдатова Анастасия Александровна	Маркетинговые стратегии международных компаний в сфере электронной коммерции: потребитель нового поколения	Шлейтере С.В., доц.
32	Соловьева Анна Дмитриевна	Пиар-стратегии в продвижении недвижимости: преимущества и проблемы	Шлейтере С.В., доц.
33	Старикова Анастасия Юрьевна	Эмоциональный инжиниринг: специфика использования в рекламе	Костикова А.А., доц.-зав.каф.
34	Уварова Арина Владимировна	Анализ субъектов коммуникации современного российского арт-рынка	Сегал А.П., с.н.с.

№	Обучающийся	Тема выпускной квалификационной работы	Научный руководитель (консультант)
35	Фарафонова Татьяна Алексеевна	"Цифровая" трансформация коммуникационных стратегий на примере "Российской венчурной компании"	Сегал А.П., с.н.с.
36	Цепляева Мария Михайловна	Ребрендинг торговой марки в сфере товаров повседневного спроса на примере бренда "Овощная сказка"	Прокудина Е.К., доц.
37	Щевелева Елена Сергеевна	Интерактивная составляющая рекламной кампании в Интернет-сегменте как инструмент повышения её эффективности	Сегал А.П., с.н.с.