

Утвержден на заседании кафедры
«Информатика, математика и
общегуманитарные науки»
Протокол № 1 от 28 августа 2025

**Примерный список тем выпускных квалификационных работ по
направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
профиль «Интегрированные коммуникации»
2025-2026 учебный год**

1. Связи с общественностью в социально-значимых проектах.
2. Социальное проектирование как технология PR.
3. Технологии вовлечения стейкхолдеров в совместный проект.
4. Социальная реклама как технология продвижения общественных интересов.
5. PR-кампания как способ повышения эффективности работы учреждений культуры (на примере ...).
6. Специфика PR-деятельности в формировании корпоративной культуры предприятия (на примере ...).
7. Специфика организации PR-кампаний в сфере спорта (на примере ...).
8. Большие Данные как инструмент интегрированности коммуникаций в ритейле (на примере ...).
9. Коммуникация во время кризиса: использование блогов как инструмента управления взаимоотношениями.
10. Специфика PR-деятельности в некоммерческих организациях (на примере ...).
11. Брендинг территорий как инструмент формирования привлекательности внутреннего туризма в России.
12. Использование новых медиа в продвижении учреждений культуры и искусства (на примере ...).
13. Digital-площадки как инструмент решения городских проблем и канал коммуникации с аудиторией.
14. Интегрированные инструменты управления интернет-сайтом компании (на примере ...).
15. Восприятие рекламных сообщений в сфере (....) среди разных групп потребителей.
16. Особенности рекламы товаров и услуг для... аудитории (на выбор: молодежной, пожилых людей, женщин и т.д.).
17. Events в системе интегрированных коммуникаций благотворительных организаций и фондов (на примере ...).
18. Events в системе интегрированных коммуникаций коммерческих организаций (на примере ...).

19. Events в системе интегрированных коммуникаций государственных структур (на примере ...).
20. Коммуникативные особенности сопровождения бизнес-процессов (на примере ...).
21. Коммуникативные стратегии высшего учебного заведения (на примере ...).
22. Роль социальных сетей в построении коммуникации современной компании (на примере ...).
23. Бренд города (...): структурные особенности и перспективы развития.
24. Влияние блогов на потребительские практики российских пользователей (на примере ...).
25. Особенности продвижения банковских услуг (на примере ...).
26. Особенности продвижения медицинских услуг (на примере ...).
27. Коммуникационное сопровождение предприятий АПК (на примере ...).
28. Коммуникационное сопровождение предприятий транспорта (на примере ...).
29. Коммуникационное сопровождение предприятий размещения (на примере ...).
30. Коммуникационное сопровождение предприятий общественного питания (на примере ...).
31. Коммуникационное сопровождение IT-компаний (на примере ...).
32. Продвижение брендов в автобизнесе (на примере ...).
33. Предвыборные агитационные кампании в медиа (на примере ...).
34. Коммуникационное сопровождение предприятий ТЭК (на примере ...).
35. Формы и технологии взаимодействия специалиста по связям с общественностью и журналистов (на примере ...).
36. Предвыборные агитационные кампании в медиа (на примере ...).
37. Инструменты рекламы и СО в работе региональной политической власти. Технологии СО в работе депутатского корпуса: региональный уровень.
38. Визуализация наружной рекламы: теория и практика.
39. События как инструмент PR в общественных проектах (на примере ...)
40. Новые медиа как инструмент продвижения общественных проектов (на примере ...)
41. Социальные сети в построении коммуникации общественных проектов (на примере ...)
42. Национальные проекты и их PR-поддержка в г. Новороссийске (на примере проекта в конкретной социальной сфере).
43. Совершенствование коммуникаций пресс-службы регионального органа управления со СМИ (на примере пресс-службы Главы Администрации....).

44. Имидж территории в региональной прессе (на примере формирования нового имиджа г. Новороссийска).
45. Редакционная политика муниципальных изданий как фактор укрепления имиджа власти (на примере газеты).
46. Ребрендинг в рекламной политике предприятия (на примере организации, фирмы, банка).
47. Реклама в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
48. Product Placement как вид маркетинговых коммуникаций
49. Совершенствование выставочной деятельности в рамках рекламной активности _____ (бренда, предприятия).
50. Совершенствование деятельности отдела рекламы (PR-отдела) на предприятии (организации, банка, фирмы).
51. Совершенствование рекламного менеджмента на ... предприятии (на примере предприятия).
52. Совершенствование рекламной стратегии фирмы на рынке недвижимости (на примере предприятия, организации).
53. Современные методы оценки эффективности PR-деятельности.
54. Телевидение и аудитория: формы коммуникативного взаимодействия.
55. Управление связями с инвесторами и их влияние на эффективность коммуникационной политики _____ (бренда, предприятия).