#### Примерная тематика выпускных квалификационных работ

**по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

1. Коммуникационный менеджмент (совершенствование) в международных рекламных структурах организации (на примере рекламного агентства или отдела/подразделения рекламы/PR).
2. Оптимизация (совершенствование) сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет.
3. Организация корпоративных мероприятий, как элемента корпоративной культуры в международной организации.
4. Организация промо-мероприятий (совершенствование) для международного торгового предприятия / торговой марки.
5. Планирование рекламной кампании (совершенствование в Интернете (или определенный носитель) на примере международной торговой марки.
6. Повышение (совершенствование) эффективности коммуникационных программ с помощью кросс-промоушена.
7. Продвижение (совершенствование) международного рекламного агентства (торговой марки) в сети Интернет.
8. Продвижение (совершенствование) торговой марки через социальные сети.
9. Продвижение индивидуального музыкального проекта (продукта) на рынке средствами рекламы и PR.
10. Продвижение компании в сфере (образовательных/медицинских/туристических/ государственных и прочее) услуг.
11. Продвижение международных торговых марок через спонсорство/поддержку (спорта, культуры, искусство, благотворительность).
12. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) международной торговой марки (международного события в области культуры, спорта, искусства) на российском рынке.
13. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) на основе коммуникационного/рекламного проекта/ креативной концепции/ брифа/ продукта (рекламный ролик на ТВ, радио, печатная, наружная, мобильная, брендбук и пр. реклама и PR-продукты и проекты). Разработка/ формирование фирменного стиля компании.
14. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, коммуникационной кампании) российской торговой марки на международном рынке.
15. Разработка (совершенствование креативного решения/ стратегии для торговой марки.
16. Разработка (совершенствование) digital (партизанской, вирусной рекламы и проектов).
17. Разработка (совершенствование) PR кампания как способа формирования новой позиции международного бренда.
18. Разработка (совершенствование) внутренних информационных ресурсов для международной компании.
19. Разработка (совершенствование) деловой программы на международной выставке.
20. Разработка (совершенствование) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке.
21. Разработка (совершенствование) коммуникационного обеспечения франшизы международной марки.
22. Разработка (совершенствование) коммуникационной стратегии персоны в ШОУ-БИЗНЕСЕ.
23. Разработка (совершенствование) международных выставочных проектов.
24. Разработка (совершенствование) методов оценки качества рекламного продукта/ эффективности коммуникационной кампании.
25. Разработка (совершенствование) программ лояльностей для мультибрендового ритейла.
26. Разработка (совершенствование) проекта digital коммуникаций для международной торговой марки.
27. Разработка (совершенствование) промо-мероприятия (spetial events, культурного, спортивного, зрелищного события) для продвижения торговой марки на рынке.
28. Разработка (совершенствование) прямой рекламы для продвижения международной торговой марки.
29. Разработка (совершенствование) рациональной или эмоциональной аргументации (Rational Appeals vs. Emotional Appeals) в рекламном сообщении для международной торговой марки.
30. Разработка (совершенствование) рекламной кампании в сети Интернет.
31. Разработка (совершенствование) репутации компании, организации, лица, персоны.
32. Разработка (совершенствование) системы мотивации для творческого персонала рекламного агентства
33. Разработка (совершенствование) управления имиджем организации, персоналия.
34. Разработка (совершенствование) участия/стенда на международной выставке.
35. Разработка (совершенствование) художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы, PR в коммуникационных проектах и кампаниях на рынке.
36. Разработка (совершенствование, управление) рекламной стратегии/ платформы бренда/ медиаплана для размещения (на канале), для международной торговой марки.
37. Разработка Out-of-Home рекламы для бренда.
38. Разработка антикризисных коммуникаций компании в сфере шоу-бизнеса.
39. Разработка бизнес-плана для создания рекламной структуры.
40. Разработка вирусной рекламы в сети Интернет.
41. Разработка коммуникационной стратегии в издательской сфере/ компании на рынке рекламных услуг.
42. Разработка контент-плана продвижения образовательной организации в социальных сетях.
43. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта FMCG товаров.
44. Разработка плана event-мероприятия для бренда.
45. Разработка презентации, как инструмент управления коммуникациями с клиентом.
46. Разработка принципов социальной ответственности в рекламной деятельности.
47. Разработка программы директ-коммуникаций для приемной кампании высшего учебного заведения.
48. Разработка программы коммуникаций для создания конкурентного преимущества международной торговой марки/ компании или на рынке.
49. Разработка программы коммуникаций по продвижению продукции на внешний рынок.
50. Разработка программы продвижения в социальных сетях организации сферы услуг.
51. Разработка программы продвижения персонального бренда.
52. Разработка программы продвижения университетской футбольной команды.
53. Разработка программы ребрендинга для компании/ торговой марки.
54. Разработка программы ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов (как фактора конкурентного преимущества/ инструмента в конкурентной борьбе/ стимулирования сбыта).
55. Разработка промо - мероприятия для продвижения компании/ торговой марки.
56. Разработка рекламной кампании в сети интернет.
57. Разработка рекламной кампании государственного образовательного учреждения.
58. Разработка рекламной кампании для лечебно-профилактического учреждения в сети Интернет.
59. Разработка рекламной стратегии для финансовой организации.
60. Разработка спонсорского пакета для международного мероприятия (события) в области культуры, спорта, искусства (и т. п.)
61. Разработка стратегии продвижения для клиентов digital-агентства.
62. Разработка стратегии управления портфелем торговых марок международной компании.
63. Разработка таргетированной рекламы для продвижения стартапа.
64. Разработка чат - бота как инструмента интернет-коммуникаций предприятия.
65. Совершенствование (рекламной и PR деятельности) креативными бутиками (hot-shops).
66. Совершенствование Digital-технологиями рекламной коммуникации.
67. Совершенствование on-line игр при продвижении продукта.
68. Совершенствование PR деятельности компании в сфере недвижимости.
69. Совершенствование PR деятельности организации.
70. Совершенствование PR коммуникаций в маркетинговой политики международной компании.
71. Совершенствование PR-продвижения государственного учреждения в период пандемии.
72. Совершенствование SMM-продвижения магазина/ образовательной организации.
73. Совершенствование антикризисных коммуникаций государственного учреждения.
74. Совершенствование бренд - коммуникаций компании в интернет-среде.
75. Совершенствование визуальных коммуникаций компании на рынке детских товаров.
76. Совершенствование внешних коммуникаций баскетбольного клуба.
77. Совершенствование внутренних коммуникаций телекоммуникационной компании.
78. Совершенствование внутрикорпоративных (внутренних) коммуникаций в международной компании.
79. Совершенствование деятельности PR-агентства по продвижению услуг финансовых компаний.
80. Совершенствование деятельности директора рекламного или PR агентства (или сотрудника соответствующей должности: медиапланера, медиабайинга, креативного директора, арт-менеджера-директора, по работе с клиентами, по проектам, пром-менеджера, копирайтера, дизайнера (веб-дизайнера, графического дизайнера, АТЛ-ВТЛ менеджеров и их направлений) в традиционных и Интернет средах (на рынках и областях, продуктах, услугах) на примерах работы «агентства».
81. Совершенствование ивент - мероприятий ВУЗа.
82. Совершенствование имиджа образовательного учреждения.
83. Совершенствование интернет - рекламы организации в сфере образования.
84. Совершенствование интернет-коммуникаций компании в сфере здоровья и красоты.
85. Совершенствование интернет-коммуникаций организации на рынке B2B.
86. Совершенствование интернет-продвижения компании в сфере услуг.
87. Совершенствование интернет-продвижения компании на рынке B2B.
88. Совершенствование интернет-продвижения рекламного агентства.
89. Совершенствование интернет-рекламы образовательных услуг.
90. Совершенствование коммуникаций компании в сфере спорта.
91. Совершенствование коммуникаций отраслевой организации.
92. Совершенствование коммуникаций с потребителями в торговом зале.
93. Совершенствование коммуникационной деятельности компании на рынке сувенирной продукции.
94. Совершенствование коммуникационной деятельности компании на рынке страхования.
95. Совершенствование коммуникационной деятельности компании по продаже специализированных товаров для кондитеров.
96. Совершенствование коммуникационной деятельности музея в цифровой среде.
97. Совершенствование коммуникационной деятельности организации в сфере экологии и охраны животных.
98. Совершенствование коммуникационной деятельности организации в сфере образования.
99. Совершенствование коммуникационной деятельности отдела рекламы и связей с общественностью в глянцевом журнале.
100. Совершенствование коммуникационной деятельности торговой компании.
101. Совершенствование коммуникационной кампании бренда на платформе YouTube.
102. Совершенствование коммуникационной политики в работе с клиентами/рекламодателями в международном рекламном агентстве.
103. Совершенствование корпоративной культурой рекламного агентства.
104. Совершенствование корпоративной культуры международной компании рекламно-информационными методами или (PR).
105. Совершенствование корпоративной репутации методами паблик рилейшнз.
106. Совершенствование корпоративных медиа как элемент внутренней коммуникации или инструмента конкурентного преимущества.
107. Совершенствование корпоративных медиа как элемента внутренней коммуникации.
108. Совершенствование маркетинговых коммуникаций на В2В рынке для продвижения иностранного продукта на российский рынок.
109. Совершенствование медиа-коммуникаций бренда в сфере образования.
110. Совершенствование медийной рекламы для маркетплейсов.
111. Совершенствование применения PR-инструментов в продвижении общественной организации.
112. Совершенствование применения PR-инструментов организации в сфере искусства.
113. Совершенствование применения рекламных инструментов на рынке компьютерных игр.
114. Совершенствование применения тизерной рекламы в шоу-бизнесе.
115. Совершенствование продвижения event-мероприятий средствами PR в сфере химической промышленности и науки.
116. Совершенствование продвижения бренда Mariе Claire с помощью промо-мероприятий.
117. Совершенствование продвижения бренда на рынке безалкогольных продуктов.
118. Совершенствование продвижения бренда на рынке продуктов питания.
119. Совершенствование продвижения бренда сети кинотеатров через социальные сети.
120. Совершенствование продвижения бренда спортивной обуви в социальной сети TikTok.
121. Совершенствование продвижения кинологических услуг через социальные сети.
122. Совершенствование продвижения киностудии в медиа пространстве.
123. Совершенствование продвижения компании в fashion индустрии.
124. Совершенствование продвижения компании в сфере ритейла с помощью лидеров мнений.
125. Совершенствование продвижения музыкальных исполнителей в период коронавируса.
126. Совершенствование продвижения музыкальных коллективов и исполнителей в социальных сетях.
127. Совершенствование продвижения образовательной организации в социальных сетях.
128. Совершенствование продвижения образовательной организации посредством корпоративных медиа.
129. Совершенствование продвижения образовательных проектов.
130. Совершенствование продвижения онлайн-кинотеатра.
131. Совершенствование продвижения продукции на рынке отопительного оборудования.
132. Совершенствование продвижения рекламного агентства.
133. Совершенствование продвижения салона красоты в интернет-среде.
134. Совершенствование продвижения товаров и услуг организации с помощью инструментов интернет-рекламы.
135. Совершенствование продвижения товаров категории FMCG.
136. Совершенствование работы коммуникационного агентства или профильного подразделения в компании или в медиаструктуре (на примере отдела по управлению проектами; отдела медиа планирования/ баингового/ креативного отдела и т.п.).
137. Совершенствование работы с клиентами в международном рекламном агентстве.
138. Совершенствование рекламной деятельности (деятельности по связям с общественностью) в международной компании на российском рынке.
139. Совершенствование рекламной деятельности в сфере ритейла.
140. Совершенствование рекламной деятельности медийного агентства.
141. Совершенствование рекламной деятельности на рынке медицинских товаров.
142. Совершенствование рекламной деятельности организации на рынке эстетической медицины.
143. Совершенствование рекламной деятельности предприятия на рынке услуг.
144. Совершенствование рекламной кампании на рынке фотоуслуг.
145. Совершенствование рекламных коммуникаций организации сферы культуры художественно-выразительными средствами.
146. Совершенствование рекламных коммуникаций с помощью художественно-выразительных средств.
147. Совершенствование репутации торговой марки или кампании.
148. Совершенствование системы коммуникаций для международной компании в российском сегменте сети Интернет.
149. Совершенствование системы управления лояльностью клиентов средствами PR.
150. Совершенствование социальной ответственности в рекламной деятельности.
151. Совершенствование социальной рекламы общественной организации.
152. Совершенствование социально-психологического климата в международной рекламной структуре/организации (на примере рекламного агентства или отдела/подразделения рекламы/PR).
153. Совершенствование социальных сетей при продвижении продукта.
154. Совершенствование структуры международного рекламного агентства.
155. Совершенствование таргетированной рекламы в сфере розничной торговли.
156. Совершенствование таргетированной рекламы мебельного магазина.
157. Совершенствование управления коммуникаций с общественными и международными организациями рекламного агентства.
158. Совершенствование фирменного стиля бренда женской одежды/ компании в сфере туризма/ компании на рынке недвижимости/ компании на рынке пивобезалкогольной продукции/ организации в сфере образовательных услуг.
159. Совершенствование цифровых коммуникаций бренда на рынке спортивных товаров.
160. Формирование (совершенствование имиджа государства России (региона, территории) на мировой арене.
161. Формирование (совершенствование) арт-рынка с помощью Интернет-коммуникаций.
162. Формирование (совершенствование) бренда (брендинг) специализированного журнала.
163. Формирование (совершенствование) имиджа марки с помощью инновационных коммуникативных решений.
164. Формирование (совершенствование) фирменного стиля (имиджа) с помощью сувенирной рекламы.
165. Формирование имиджа компании сферы услуг средствами рекламы и PR.
166. Формирование персонального бренда политического деятеля.