

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

Кафедра: Экономика и управление на транспорте

**АННОТИРОВАННАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль:	Реклама и связи с общественностью в отрасли
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Год начала обучения:	2020

1. Состав государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с решением Ученого совета университета включает в себя:

Государственная итоговая аттестация по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с решением Ученого совета университета включает в себя:

- Защиту выпускной квалификационной работы в форме бакалаврской работы.

2. Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ

1. Работа отдела по связям с общественностью и рекламе по формированию внутрикорпоративного имиджа фирмы (на примере компании ...).
2. «Черный» PR как инструмент современного международного информационного противоборства (на материале центральных телеканалов России и Украины).
3. Нейминг в рекламе (на примере ...).
4. PR-стратегия в продвижении проекта (на примере ...).
5. Особенности использования PR-технологий в сфере туризма в условиях кризиса отрасли (на примере компании ...).
6. Внутренний PR: создание и продвижение корпоративной культуры (на примере ...).
7. Технологии рекламы и связей с общественностью в деятельности учреждений культуры (на примере ...).
8. Технологии связей с общественностью в индустрии моды (на примере ...).
9. Продвижение музыкального коллектива инструментами рекламы и PR (на примере ...).
10. Средства PR и рекламного воздействия на целевую аудиторию (на примере ...).
11. Печатные агитационные материалы как инструмент рекламы и PR.
12. Применение методов рекламы и связей с общественностью в деятельности компании «.....».
13. PR-технологии и реклама в создании и продвижении имиджа телеканала (на примере телеканала ...).
14. Современные рекламные и PR-технологии, их использование компанией на рынке прямых продаж (на примере деятельности....).
15. Интегрированные маркетинговые коммуникации: продвижение товара на рынок средствами рекламы и PR (на примере деятельности....).
16. Организация работы рекламного и PR-отдела коммерческой организации (на примере компании ...).
17. Реклама и связи с общественностью как информационно-коммуникативные технологии, используемые в процессе формирования политического сознания молодежи.
18. Организация деятельности PR-службы компании, занимающейся интернет проектами (на примере компании ...).
19. Роль мифотехнологий, архетипов и стереотипов в создании политического имиджа.
20. Социально-психологические аспекты формирования имиджа (на примере ...).

21. Реклама и связи с общественностью: общее и специфика в процессе создания и продвижения корпоративной культуры организации.
22. Трансформация имиджа коммерческой организации в процессе изменения ее позиционирования на рынке (на примере ...).
23. Разработка рекламы и PR-мероприятий по подготовке 100-тия киностудии им. Горького.
24. Рекламная деятельность в торговых центрах (на примере ...).
25. Особенности связей с общественностью местных органов власти современной России (на примере ...).
26. Медиапланирование: выбор оптимальных форматов, площадок и частоты размещения PR и рекламных материалов.
27. Организация проведения специальных мероприятий (special events), как важный элемент работы по связям с общественностью (на примере ...).
28. Организация работы рекламного и PR-отдела в коммерческой организации (на примере ...).
29. Пресса как средство рекламы и PR в формировании общественного мнения.
30. Использование технологий рекламы и PR для повышения конкурентоспособности компании (на примере ...).
31. Создание и продвижение бренда территории с помощью инструментов рекламы и связей с общественностью (на примере ...).
32. Особенности использования интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью современных российских политических лидеров.
33. Разработка рекламной и PR-кампаний для продвижения ивент-агентства (на примере ...).
34. Разработка рекламной и PR-технологии по продвижению продуктов компании ... в России.
35. Рекламный и PR-анализ избирательной кампании.
36. Связи с общественностью как инструмент продвижения кибер-спорта в современной России (на примере деятельности ...).
37. Формирование имиджа транспортной организации на международной арене средствами рекламы и связей с общественностью (на примере ...).
38. Особенности PR-сопровождения избирательной кампании в субъекте РФ (на материалах выборов ...).
39. Реклама и связи с общественностью как инструмент популяризации киберспорта в России (на примере ...).
40. Реклама и PR-технологии применяемые коммерческой структурой в работе с молодежью, как основной целевой аудиторией.
41. Формирование политического имиджа средствами рекламы и PR.
42. Организация работы рекламного и PR-отдела в коммерческой организации (на примере ...).
43. Планирование, организация и проведение рекламной и PR-кампании по продвижению товара на рынок (на примере ...).
44. Связи с общественностью и реклама как инструмент продвижения нового продукта на автомобильном рынке (на примере компании ...).

45. Организация работы PR-отдела в учреждении культуры (на примере...).
46. Ассоциация выпускников как инструмент развития общественных связей вуза (на примере МИИТа).
47. Особенности связей с общественностью молодежных политических организаций современной России посредством SMM-технологий.
48. Роль PR и рекламы в продвижении коммерческого предприятия (на примере ...).
49. Организация работы отдела корпоративных коммуникации (на примере компании).
50. Организация работы PR-отдела в коммерческой компании (на примере...).
51. Роль связей с общественностью и рекламы в продвижение музыкального проекта.
52. Коммуникационное обеспечение спортивно-оздоровительной деятельности (на примере молодежного движения ...).
53. Реклама и Связи с общественностью в интегрированных коммуникациях (на примере ...).
54. Оптимизация работы отдела PR и рекламы (на примере отдела по связям с общественностью и рекламе ...).
55. Организация работы рекламного и PR-отдела в коммерческой организации (на примере ...).
56. Формирование и поддержание имиджа организации рекламными и PR-инструментами.
57. Коммуникационное обеспечение в деятельности государственного учреждения (на примере ...).