



ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(СПбГУ)

## П Р И К А З

26.12.2022

№ 14342/1

Об утверждении перечня тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей обучающихся выпускного курса по основной образовательной программе (шифр СВ.5033.\*) «Реклама и связи с общественностью»

Во исполнение приказа проректора по учебно-методической работе от 04.10.2022 № 10403/1 «О формировании электронного реестра, выборе и утверждении тем выпускных квалификационных работ обучающихся СПбГУ в 2022-2023 учебном году», на основании п. 5<sup>5</sup>.1.9 приказа ректора от 08.08.2008 № 1093/1 «О распределении полномочий между должностными лицами Санкт-Петербургского государственного университета» (с изменениями и дополнениями)

### ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить прилагаемый перечень тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей обучающихся выпускного курса по основной образовательной программе бакалавриата (шифр СВ.5033.\*) «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

2. Начальнику Управления маркетинга и медиакоммуникаций Шишмакову Д.Э. обеспечить размещение настоящего приказа на портале СПбГУ в разделе «Приказы об утверждении тем выпускных квалификационных работ, научных руководителей обучающихся по основным образовательным программам высшего образования выпускного курса 2023 года» не позднее одного рабочего дня с даты издания настоящего приказа.

3. За разъяснением содержания настоящего приказа обращаться посредством сервиса «Виртуальная приемная» на портале СПбГУ к начальнику Управления образовательных программ.

4. Предложения по изменению и/или дополнению настоящего приказа направлять на адрес электронной почты [org@spbu.ru](mailto:org@spbu.ru).

5. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Основание: протокол заседания Учебно-методической комиссии по УГСН 42.00.00 СМИ и информационно-библиотечное дело от 28.11.2022 № 05/2.1/42-03-11.

Начальник Управления  
образовательных программ

М.А. Соловьева

Приложение  
УТВЕРЖДЕН

приказом от 26.12.2022 № 14342/1

**Перечень тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей обучающихся выпускного курса по основной образовательной программе бакалавриата (шифр СВ.5033.\*) «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

№	ФИО обучающегося	Тема выпускной квалификационной работы	ФИО научного руководителя выпускной квалификационной работы	Должность научного руководителя выпускной квалификационной работы	Наименование подразделения
1	2	3	4	5	6
1	Акинъпина Наталья Юрьевна	PR-коммуникации отечественных брендов повседневной одежды в современных условиях	Быкова Елена Владимировна	профессор	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
2	Алейникова Алиса Игоревна	Продвижение объектов первичной жилой недвижимости в современных условиях	Шишкин Дмитрий Павлович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
3	Алексеева Дарья Игоревна	Современные технологии продвижения ресторанов формата casual dining	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
4	Афанасьева Татьяна Юрьевна	Личный бренд как технология продвижения fashion-бренда женской одежды	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
5	Бангерг Артур	Фотография как инструмент визуального воздействия в рекламе	Быков Илья Анатольевич	профессор	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"

					коммуникаций"
6	Башкова Анастасия Александровна	Коммуникации банка в условиях санкционного кризиса	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
7	Богданова София Михайловна	Коллаборация как инструмент коммуникационного продвижения креативного пространства	Таранова Юлия Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
8	Бутова Анастасия Сергеевна	Продолжительные жанры рекламы на видеохостингах как способ трансляции идентичности бренда среди современной молодежи	Ульяновский Андрей Владимирович	доцент	Кафедра рекламы
9	Ведерникова Алина Дмитриевна	Адаптация коммуникаций косметического бренда к зарубежным рынкам	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра рекламы
10	Венц Анастасия Олеговна	Коммуникации государственных архивов на рынке b2c	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра рекламы
11	Волкова Мария Дмитриевна	Конгруэнтность коммуникаций как способ формирования доверия к компании на рынке репродуктивной медицины	Гавра Дмитрий Петрович	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
12	Гетманец Руслан	Коммуникации автомобильных брендов в компьютерных играх как инструмент продвижения	Быкова Елена Владимировна	профессор	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
13	Гизатов Даниил Олегович	Кризисные коммуникации в сфере видеоигр	Мазикова Наталья Юрьевна	старший преподаватель	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
14	Гусарова Мария Андреевна	Коммуникационные инструменты бренд-позиционирования компании	Кузьмина Анна Михайловна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и

		фармацевтической отрасли			массовых коммуникаций"
15	Дамьян Арина Павловна	Роль личного бренда руководителя компании в формировании корпоративной репутации	Кузьмина Анна Михайловна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
16	Демиденкова Полина Аркадьевна	Технологии «доброй воли» в формировании репутации компании	Ульяновский Андрей Владимирович	доцент	Кафедра рекламы
17	Захарова Арина Денисовна	Городская мода как технология территориального брендинга	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
18	Зубова Анастасия Игоревна	Актуальные инструменты коммуникационного сопровождения выставки российского современного искусства	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
19	Иванова Юлия Константиновна	Региональное брендрование в сфере культуры	Глинтерник Элеонора Михайловна	профессор	Кафедра рекламы
20	Карпова Алёна Геннадьевна	Использование шоковых методов в социальной рекламе	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра рекламы
21	Карпова Екатерина Сергеевна	Современные технологии преодоления смысловых границ со стороны рекламных коммуникаций	Ульяновский Андрей Владимирович	доцент	Кафедра рекламы
22	Карпова София Алексеевна	Анализ сайтов с отзывами как способ исследования портрета целевой аудитории бренда	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
23	Киселева Полина	Технология product placement в	Гурушкин Павел	доцент	Институт "Высшая

	Игоревна	видеоклипах российских музыкальных исполнителей	Юрьевич		школа журналистики и массовых коммуникаций"
24	Клименко Евгения Владимировна	Маркетинговый PR в сфере lingerie	Чередов Игнатий Геннадьевич	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
25	Коваленко Александра	ESG-повестка и ее роль в формировании имиджа компании (на примере рынка спортивной одежды)	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
26	Ковтунова Алена Андреевна	Продвижение эко-брендов одежды на российском рынке	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
27	Кравченко Полина Дмитриевна	Технологии продвижения имиджа музыкальных исполнителей в современной России	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
28	Кудряшов Александр Сергеевич	Территориальный брендинг как элемент стратегии социально-экономического развития Кавказских Минеральных Вод	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
29	Кузьмина Анна Алексеевна	Применение технологий искусственного интеллекта в рекламе компаний отрасли HORECA	Кузьмина Анна Михайловна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
30	Кухтина Светлана	Диджитал-инструменты	Гавра Дмитрий	профессор	Кафедра связей с

	Сергеевна	продвижения fashion-брендов класса люкс	Петрович		общественностью в бизнесе
31	Маркушина Анжелика	Тенденции применения AR-технологий в маркетинге учреждений культуры	Кузьмина Анна Михайловна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
32	Метелева Алина Сергеевна	Электронные взаимодействие власти и общества в системе государственных коммуникаций Ленинградской области	Филатова Ольга Георгиевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
33	Мигаль Мария Владимировна	Технологии продвижения дополнительного онлайн-образования взрослых в сегменте B2C	Чередов Игнатий Геннадьевич	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
34	Мирзаахмедова Карина Тоировна	Восприятие молодежью рекламы организаций-импортозаместителей	Скрипюк Игорь Ильич	доцент	Кафедра рекламы
35	Назьмова Дарья Андреевна	Коммуникационное продвижение арт фестивалей, как ресурса для развития территорий	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
36	Никулина Анастасия	Культурные проекты как технологии продвижения IT-компаний	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
37	Оброткина Алиса Владимировна	Специфика коммуникационного сопровождения современных военных конфликтов	Филатова Ольга Георгиевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
38	Оршанская Екатерина Олеговна	Коммуникационные инструменты продвижения услуг облачного провайдера	Гавра Дмитрий Петрович	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе

39	Осипова Лидия Дмитриевна	Театральная афиша как способ рекламной коммуникации	Шишкин Дмитрий Павлович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
40	Павлова Елизавета Андреевна	PR-продвижение креативных агентств в цифровой среде	Быкова Елена Владимировна	профессор	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
41	Пашнин Даниил Денисович	Исследование коммуникационных технологий в информационном противостоянии	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
42	Пермякова Полина Станиславовна	Разработка стратегии продвижения российского бренда женского нижнего белья	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
43	Петрова Дарья Сергеевна	Особенности формирования имиджа заведения в ресторанном бизнесе (на примере Ginza Project)	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
44	Попов Андрей Игоревич	Формирование общественного мнения в России по вопросу предустановленного программного обеспечения на мобильные устройства	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
45	Пышкина Владлена Дмитриевна	PR-технологии в продвижении сетевых ресторанов (на примере "Restorator Project Green")	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном

					управлении
46	Рязанова София Михайловна	Технологии и инструменты продвижения умного города	Таранова Юлия Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
47	Самойдюк Оксана	Репрезентация социокультурных ценностей в визуальной рекламе брендов отрасли FMCG	Кузьмина Анна Михайловна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
48	Самушенко Екатерина Валерьевна	Коммуникационное сопровождение онлайн-проектов в сфере дополнительного профессионального образования	Шишкин Дмитрий Павлович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
49	Селютина Анна Владимировна	Коммуникационные технологии продвижения современного авторского кино	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
50	Сергина Мария Александровна	Коммуникационные технологии в управлении имиджем маркетингового агентства (на примере агентства «Брусника»)	Таранова Юлия Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
51	Скомарохова Елизавета Сергеевна	Молодежь как целевая аудитория люксовых брендов	Мазикова Наталья Юрьевна	старший преподаватель	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
52	Сотникова Олеся Викторовна	Особенности репутационных стратегий IT-компаний Санкт-Петербурга в интернет-пространстве	Гавра Дмитрий Петрович	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
53	Сусленко Валерия Александровна	Гендерная специфика построения имиджа политика в европейских странах	Быков Илья Анатольевич	профессор	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"



54	Титовнина Елизавета Ильинична	Разработка коммуникационной стратегии коммерческого образовательного бренда (на примере ООО «ЦТТ Кенгуру Плюс»)	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
55	Фадеева Елизавета Николаевна	Продвижение государственных проектов в сфера спорта	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
56	Фетюкова Елизавета Сергеевна	Реклама как инструмент персонифицированной коммуникации в условиях диджитализации бизнес-процессов	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
57	Хачатрян Карине Вагановна	Пропаганда патриотических ценностей в системе среднего образования современной России	Филатова Ольга Георгиевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
58	Хухрянская Арина Вадимовна	Механизм фрейминга в освещении политических конфликтов	Ачкасова Вера Алексеевна	профессор	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
59	Царёва Александра Евгеньевна	Технологии интернет-маркетинга в продвижении малоэтажного деревянного строительства на примере компании «Эко-Домик»	Чередов Игнатий Геннадьевич	доцент	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
60	Цветкова Кристина Станиславовна	Коммуникационные технологии продвижения логистической компании	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
61	Черницкая Лада Ивановна	Социальная реклама как инструмент повышения межнациональной	Скрипюк Игорь Ильич	доцент	Кафедра рекламы

		лояльности			
62	Чуркина Татьяна Сергеевна	Продвижение киноцентров в условиях санкций	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
63	Шаймухамедов Ростислав Русланович	Территориальный брендинг как элемент стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
64	Шакая Мария Гочаевна	Блоггинг как инструмент управления политическим сознанием молодёжи	Быков Илья Анатольевич	профессор	Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций"
65	Шатровская Мария Александровна	Инфлюенс-маркетинг как инструмент продвижения театров Санкт-Петербурга	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра рекламы
66	Юань Сяошуан	Государственные коммуникации китайских органов власти в эпоху цифровизации	Кузьмин Алексей Евгеньевич	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении