



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

## П Р И К А З

23.12.2024

№ 17200/1

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 заместителя первого проректора по стратегическому развитию и партнерству – начальника Управления образовательных программ от 27.09.2024 № 13040/1 «О формировании электронного реестра, выборе и утверждении тем выпускных квалификационных работ обучающихся СПбГУ в 2024-2025 учебном году», на основании пункта 5<sup>5</sup>.1.5 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. И.о. начальника Управления маркетинга и медиакоммуникаций Огородниковой П. В. обеспечить размещение настоящего приказа на сайте СПбГУ в разделе «Приказы об утверждении тем выпускных квалификационных работ, научных руководителей обучающихся по основным образовательным программам выпускного курса 2025 года» не позднее одного рабочего дня с даты издания настоящего приказа.

3. За разъяснением содержания настоящего приказа обращаться посредством сервиса «Виртуальная приемная» на сайте СПбГУ к заместителю первого проректора по стратегическому развитию и партнерству – 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 28.11.2024 № 05/2.1/42-03-11.

Заместитель первого проректора  
по стратегическому развитию и партнерству –  
начальник Управления образовательных программ

М. А. Соловьёва

Приложение  
УТВЕРЖДЕН

приказом от 23.12.2024 № 17200/1

**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	Авакян Вячеслав Артёмович	Искусственный интеллект в политике модернизации высшей школы России: изменения форматов коммуникации	Ачкасова Вера Алексеевна	профессор	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
2	Артыщенко Полина Викторовна	Влияние бизнес-образования на развитие российского бизнеса	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
3	Баева Марина Сергеевна	Этика рекламной деятельности в ресторанном бизнесе	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
4	Байрамова Карина Зауровна	Цифровые сервисы как канал взаимодействия власти и общества в Санкт-Петербурге	Филатова Ольга Георгиевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
5	Баранковская Елизавета Геннадьевна	Продвижение услуг дизайна интерьера в контексте теории поколений	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
6	Бастрыкина Екатерина Сергеевна	Продвижение офлайн-мероприятий для онлайн-аудиторий	Черкашина Светлана Анатольевна	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций

7	Безменко Мария Александровна	Внутренние коммуникации как инструмент формирования корпоративной культуры	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
8	Бечина Екатерина Викторовна	Трансформация моделей государственной коммуникации в сетевом пространстве России (2020-2025 гг.)	Филатова Ольга Георгиевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
9	Борсукова Дарья Андреевна	Коммуникационная программа продвижения музыкального коллектива	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
10	Ботарев Андрей Дмитриевич	Вывод на рынок нового российского бренда одежды и аксессуаров (2021-2025)	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
11	Бузыгина Елизавета Сергеевна	Речевая репрезентация историко-культурного объекта в продвигающем тексте	Прокофьева Наталья Анатольевна	доцент	Кафедра медиалингвистики
12	Быстрова Дарья	Интегрированные коммуникации в гостиничном бизнесе	Черкашина Светлана Анатольевна	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
13	Ваганов Вячеслав Алексеевич	Технологии искусственного интеллекта в дизайне медийной рекламы	Якунин Александр Васильевич	доцент	Кафедра медиадизайна и информационных технологий
14	Гайсин Ислам	Видеореклама: способы построения кадра как важный элемент рекламных коммуникаций	Ульяновский Андрей Владимирович	доцент	Кафедра рекламы
15	Гордиенко София Алексеевна	Использование произведений искусств в рекламе	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
16	Давыдова Дарья Артёмовна	Влияние эмоциональных триггеров в рекламе на покупательское поведение женщин 18-30 лет в бьюти индустрии	Скрипюк Игорь Ильич	старший преподаватель	Кафедра рекламы
17	Девяткина Софья Николаевна	Лингвокреативные методики продвижения дополнительных	Прокофьева Наталья Анатольевна	доцент	Кафедра медиалингвистики

		профессиональных образовательных услуг			
18	Демидова Алина Денисовна	Продвижение сервисов персональных видеоконсультаций для поколения Y	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
19	Долбилова Полина Сергеевна	Социально-культурные коллаборации в маркетинговых коммуникациях благотворительных организаций	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
20	Дракунова Софья Дмитриевна	Музыкальные тренды в массмедиа: признаки, механизмы создания, речевая репрезентация	Прокофьева Наталья Анатольевна	доцент	Кафедра медиалингвистики
21	Ершова Екатерина Дмитриевна	Коммуникационные технологии продвижения промышленного музея	Гавра Дмитрий Петрович	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
22	Жукова Мария Валерьевна	Продвижение российского бренда уходовой косметики для лица и тела	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
23	Жунусова Алтынай	Коммуникационное продвижение услуг телепсихологии (на примере компании «Ясно»)	Фещенко Лариса Георгиевна	доцент	Кафедра рекламы
24	Захарова Надежда	Технологии искусственного интеллекта в рекламе и связях с общественностью	Фещенко Лариса Георгиевна	доцент	Кафедра рекламы
25	Иванова Мария Сергеевна	Ключевое слово эпохи «Холокост» в медиадискурсе	Прокофьева Наталья Анатольевна	доцент	Кафедра медиалингвистики
26	Карнабеда Артемий Игоревич	Рекламные коммуникации видеоигр жанра шутер	Ульяновский Андрей Владимирович	доцент	Кафедра рекламы
27	Касимцева Владлена Сергеевна	Эмоциональный маркетинг в коммуникации хоккейного клуба с болельщиками	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
28	Каськова	Влияние социальных медиа на	Ульяновский Андрей	доцент	Кафедра рекламы

	Александра Сергеевна	формирование клипового мышления у аудитории	Владимирович		
29	Каюмов Давлатбек Бахтиёр угли	Инструменты PR в продвижении музыкальных исполнителей на российском рынке	Клюева Наталья Юрьевна	доцент	Кафедра рекламы
30	Кипрюшина Вероника Владимировна	Чирлидинг в России: социальные барьеры и возможности продвижения	Ачкасова Вера Алексеевна	профессор	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
31	Ковязина Снежана Алексеевна	Креативные коллаборации в медиакоммуникациях B2C бренда	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
32	Коенен Ника Антоновна	Продвижение имиджа России как высокотехнологичной державы	Ачкасова Вера Алексеевна	профессор	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
33	Кожиева Зара Артуровна	Мультиспортивный фестиваль «Игры Будущего» как инструмент имиджмейкинга Российской Федерации	Таранова Юлия Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
34	Кононова Александра Игоревна	Продвижение бренда женского нижнего белья	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
35	Корякина Мария Романовна	Коммуникационное продвижение онлайн-кинотеатрами собственных проектов	Таранова Юлия Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
36	Кулай Софья Сергеевна	Особенности влияния сексуализированной рекламы на ее восприятие потребителями	Скрипюк Игорь Ильич	старший преподаватель	Кафедра рекламы
37	Леоненко Екатерина	Продвижение маркетплейсов в современном информационном	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в

	Дмитриевна	пространстве			бизнесе
38	Логвиненко Ульяна Юрьевна	Антикризисные коммуникации в современном менеджменте маркетплейсов в России	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
39	Лучинина Алеся Алексеевна	Влияние визуальных элементов на восприятие социальной рекламы позитивных общественных явлений	Скрипюк Игорь Ильич	старший преподаватель	Кафедра рекламы
40	Лю Гуанкай	Фан-экономика селебрити в цифровую эпоху: тренды и инструменты	Декалов Владислав Владимирович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
41	Макарова Оксана Сергеевна	Мотив страха и его альтернативы в социальной рекламе	Скрипюк Игорь Ильич	старший преподаватель	Кафедра рекламы
42	Маликов Кирилл Юрьевич	PR сопровождение стриминговых музыкальных платформ	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
43	Мельник Анастасия	Технологии формирования лояльности к импортозамещённым фэшн-брендам одежды	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
44	Мирошников Натан Алексеевич	Ценностный фактор в продвижении видеоигрового продукта	Савицкая Алена Сергеевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
45	Некрасова Дарья Олеговна	Современный GR-менеджмент: методологические подходы и инструменты эффективного влияния	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
46	Николаенко Александра Геннадьевна	Искусственный интеллект как инструмент создания политической агитации	Носиков Андрей Андреевич	старший преподаватель	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
47	Орлова Александра Юрьевна	Влияние креативных рекламных методик на отношение потребителей к продукту развлекательной индустрии	Скрипюк Игорь Ильич	старший преподаватель	Кафедра рекламы
48	Пименова Олеся	Видеоигры как платформа для	Акимович Екатерина	доцент	Кафедра связей с

		политической пропаганды и агитации	Викторовна		общественностью в бизнесе
49	Пучнина Любовь Ивановна	Коммуникационная стратегия продвижения косметологической клиники	Черкашина Светлана Анатольевна	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
50	Романенко Галина Игоревна	Кросс-канальный интернет-маркетинг в нише загородного строительства	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
51	Рузыбаева Камилла Дамировна	Развитие бренда художника	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
52	Рыбникова Дарья Александровна	Коммуникационное сопровождение юридической компании на рынке B2B в России	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
53	Сергеева Оксана Сергеевна	Фаст-фуд как игрок сферы общественного питания	Балахонская Людмила Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
54	Сичкар Анастасия	Бренд-продвижение ювелирной компании	Фещенко Лариса Георгиевна	доцент	Кафедра рекламы
55	Суходолов Даниил Алексеевич	Формирование общественного мнения в США в период проведения военных кампаний	Филатова Ольга Георгиевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
56	Тедеева Анастасия Анатольевна	Продвижение территории в контексте политики памяти (на примере Республики Северная Осетия-Алания)	Носиков Андрей Андреевич	старший преподаватель	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
57	Текутьев Алексей Павлович	«Язык ненависти» как приём политической коммуникации	Носиков Андрей Андреевич	старший преподаватель	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном

					управлении
58	Титов Иван Игоревич	Цветокоррекция рекламных клипов: влияние цветовой гаммы клипа на потребителя	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
59	Толкачёва Екатерина Сергеевна	Продвижение маркетплейсов в России и Узбекистане	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
60	Толмачева Анастасия Денисовна	Бренды одежды и формирование позитивной самоидентификации у молодежи 19-25 лет	Скрипюк Игорь Ильич	старший преподаватель	Кафедра рекламы
61	Трифоновна Елизавета Алексеевна	Продвижение театральных проектов в цифровой среде	Таранова Юлия Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
62	Хацукова Лилиана Альбердовна	GR-коммуникации в современной российской интернет-среде	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
63	Хэ Чуяо	PR-сопровождение продуктов китайской игровой индустрии	Декалов Владислав Владимирович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
64	Цзин Итянь	Стратегии и инструменты формирования имиджа компании сегмента люкс на рынке КНР	Декалов Владислав Владимирович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
65	Чжан Вэньци	Формирование и продвижение китайских брендов общественного питания в России	Байкова Ирина Александровна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
66	Шабалина Мария Сергеевна	Коммуникационные стратегии продвижения цифровых банковских продуктов	Ачкасова Вера Алексеевна	профессор	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
67	Шарапова Мария Ивановна	Использование инфлюенс-маркетинга при продвижении российских брендов одежды	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций

68	Шаталова Анастасия Михайловна	Кризисные коммуникации фармацевтической компании, производящей вакцины массового пользования	Гавра Дмитрий Петрович	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
69	Шумко София Геннадьевна	Специальные мероприятия как инструмент PR в fashion-индустрии в России	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
70	Юрина Полина Александровна	Коммуникационные технологии продвижения национальной идеи в современной России	Салимов Диловар Мирзомуддинович	доцент	Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении
71	Юст Полина Александровна	Коммуникационное сопровождение брендингового агентства на российском рынке	Гавра Дмитрий Петрович	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
72	Ядрышникова Алина Вадимовна	Влияние эмоционального фактора на потребительскую лояльность молодежи к российским брендам одежды	Скрипюк Игорь Ильич	старший преподаватель	Кафедра рекламы
73	Ян Ин	Распространение китайской культуры и формирование образа Китая в контексте эпохи коротких видеороликов (на примере видеороликов инфлюэнсера Ли Цзыци)	Ульяновский Андрей Владимирович	доцент	Кафедра рекламы