



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

П Р И К А З

23.12.2024

№ 17211/1

Об утверждении перечня тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей обучающихся выпускного курса по основной образовательной программе (шифр ВМ.5782.*) «Медиакоммуникации»

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 5⁵.1.5 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 магистратуры (шифр ВМ.5782.*) «Медиакоммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 «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.

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. Соловьева

Приложение
УТВЕРЖДЕН

приказом от 23.12.2024 № 14211/1

Перечень тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей обучающихся выпускного курса по основной образовательной программе магистратуры (шифр ВМ.5782.*) «Медиакоммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 «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	Айшувакэ Цзялинь	Влияние стриминговых платформ на традиционные телепрограммы	Нигматуллина Камилла Ренатовна	профессор	Кафедра цифровых медиакоммуникаций
2	Андерсон Александра Игоревна	Парасоциальность фанатской культуры: знаменитости и их аудитории в онлайн-среде	Шамина Ольга Алексеевна	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
3	Ван Цзинсы	Государственная практика управления Интернетом в России и Китае	Бодрунова Светлана Сергеевна	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
4	Ван Цзыи	Методы влияния массмедиа на деятельность по защите животных в Китае	Мисонжников Борис Яковлевич	профессор	Кафедра цифровых медиакоммуникаций
5	Власова Екатерина Витальевна	Коммуникационные стратегии воронок продаж массовых online-курсов	Клюева Наталья Юрьевна	доцент	Кафедра рекламы
6	Волокитина Екатерина Анатольевна	Национально-культурная идентичность современных fashion-брендов	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
7	Дун Сыци	Отражение особенностей национальной культуры в российской и китайской социальной рекламе	Выровцева Екатерина Владимировна	доцент	Кафедра медиалингвистики

8	Евсеев Дарья Игоревна	Коммуникативные технологии формирования сообщества модного бренда сегмента middle-up	Шаркова Екатерина Андреевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
9	Елькин Матвей Владимирович	Медиакоммуникационные аспекты анонимности автора в онлайн-культуре	Горбатов Дмитрий Сергеевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
10	Истратов Антон Олегович	Паттерны доверия и ответственности в кумулятивном кризисе бренда	Бодрунова Светлана Сергеевна	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
11	Куклева Валерия Дмитриевна	Когнитивные технологии воздействия рекламных медиатекстов на аудиторию	Мельник Галина Сергеевна	профессор	Кафедра цифровых медиакоммуникаций
12	Лисневская Александра Валерьевна	Личный бренд как средство продвижения в инфлюенс-маркетинге	Клюева Наталья Юрьевна	доцент	Кафедра рекламы
13	Лобжанидзе Софико Петровна	Корпоративное продюсирование благотворительных событий	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
14	Лю Сыкай	Рекламные коммуникации в продвижении бренда Xiaomi на российском рынке	Кузьмина Анна Михайловна	доцент	Кафедра рекламы
15	Ма Цзыпой	Медиакоммуникации в сфере дополнительного образования: на примере курсов китайского языка	Фещенко Лариса Георгиевна	доцент	Кафедра рекламы
16	Макарова Екатерина Александровна	Антикризисные коммуникации маркетинговых компаний	Бодрунова Светлана Сергеевна	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
17	Мо Чжице	Образ лидера Китая в СМИ Западной Европы	Бодрунова Светлана Сергеевна	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
18	Ракутумалала Вуадзанахари Ндзату Фредерик	Социальные сети как инструмент политической мобилизации молодежи на Мадагаскаре	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
19	Синь Яжу	Продвижение китайской культуры в	Дорский Андрей	профессор	Кафедра менеджмента

		социальных сетях России	Юрьевич		массовых коммуникаций
20	Сяо Пэн	Медиакоммуникации сетевой торговой компании	Фещенко Лариса Георгиевна	доцент	Кафедра рекламы
21	Тан Фэнцзыцзяо	Влияние алгоритмов российских цифровых медиаплатформ на коммуникацию бренда	Нигматуллина Камилла Ренатовна	профессор	Кафедра цифровых медиакоммуникаций
22	Титовнина Елизавета Ильинична	Внедрение искусственного интеллекта в новостное производство: позиции медиаменеджеров и журналистов	Бодрунова Светлана Сергеевна	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
23	У Хаомин	Цифровые мультимедийные платформы в Китае: размещение короткометражного видео	Мисонжников Борис Яковлевич	профессор	Кафедра цифровых медиакоммуникаций
24	Ухова Татьяна Игоревна	Продвижение MBA-программ на российском рынке образовательных услуг	Шаркова Екатерина Андреевна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
25	Хачатуров Эрнест Варганович	Медиаатизация электорального процесса в современной России	Гурушкин Павел Юрьевич	доцент	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций
26	Хэ Цзиншуй	Новые медиа как субъект продвижения китайских чайных брендов в России	Мисонжников Борис Яковлевич	профессор	Кафедра цифровых медиакоммуникаций
27	Хэ Юньсинь	Образ Китая в российском медиадискурсе	Быкова Елена Владимировна	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
28	Чжан Хэнчжи	Персональный брендинг акторов китайского шоу-бизнеса в социальных сетях	Балахонская Людмила Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
29	Чжоу Юйсюань	Продвижение товаров класса люкс для женщин в Китае и России	Быкова Елена Владимировна	профессор	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
30	Чжу Цзымо	Эволюция медиаэтики в цифровой	Павлушкина Наталья	доцент	Кафедра цифровых

		среде Китая	Анатолевна		медиакоммуникаций
31	Юркова Руслана Викторовна	Формирование этических стандартов предпринимательской деятельности блогеров	Дорский Андрей Юрьевич	профессор	Кафедра менеджмента массовых коммуникаций