



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

П Р И К А З

24.12.2024

№ 17242/1

Об утверждении перечня тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей обучающихся выпускного курса по основной образовательной программе (шифр ВМ.5867.*) «Корпоративные коммуникации и реклама»

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.5867.*) «Корпоративные коммуникации и реклама» 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 24.12.2024 № 19242/1

Перечень тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей обучающихся выпускного курса по основной образовательной программе магистратуры (шифр ВМ.5867.*) «Корпоративные коммуникации и реклама» 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	Айдана Халибияти	«Study with me» как феномен экономики внимания на китайских цифровых платформах.	Декалов Владислав Владимирович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
2	Власова Виктория Владимировна	Коммуникационное продвижение музыкального направления «Современная русская метал-сцена»	Фещенко Лариса Георгиевна	доцент	Кафедра рекламы
3	Го Мань	Коммуникационные стратегии социальных платформ для китайской аудитории	Декалов Владислав Владимирович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
4	Дин Вэньсинь	Новейшие рекламные инструменты и технологии в продвижении музейной деятельности	Глинтерник Элеонора Михайловна	профессор	Кафедра рекламы
5	Кожина Анастасия Викторовна	Креативный потенциал юмора в PR-коммуникации брендов	Клюева Наталья Юрьевна	доцент	Кафедра рекламы
6	Кузьмина Екатерина Дмитриевна	Подкастинг в укреплении бренда электронных периодических изданий	Клюева Наталья Юрьевна	доцент	Кафедра рекламы
7	Ли Бо	Выставочная деятельность как технология продвижения компаний	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
8	Мыльникова Полина Ивановна	Стратегии и технологии защиты репутации на примере	Гавра Дмитрий Петрович	профессор	Кафедра связей с общественностью в

		пивоваренной компании «Балтика»			бизнесе
9	Ню Гуаньюй	Рекламные коммуникации в продвижении китайских компаний на российском рынке	Каверина Елена Анатольевна	профессор	Кафедра рекламы
10	Хабибулина Алина Романовна	Трансформация стратегий продвижения музыкальных лейблов в первой четверти XXI века	Декалов Владислав Владимирович	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
11	Хвостик Екатерина Сергеевна	Коммуникации российских брендов женской одежды в условиях перепозиционирования	Акимович Екатерина Викторовна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
12	Хуан Тэняо	Культурно-речевые стратегии и тактики продвижения автомобилей в России и Китае	Фещенко Лариса Георгиевна	доцент	Кафедра рекламы
13	Широбокова Валерия Владимировна	Продвижение HR-бренда нефтегазовой компании для молодежной аудитории	Таранова Юлия Владимировна	доцент	Кафедра связей с общественностью в бизнесе
14	Юлдашев Азизбек Алишерович	Продвижение российских образовательных программ в Республике Узбекистан	Шишкин Дмитрий Павлович	старший преподаватель	Кафедра связей с общественностью в бизнесе