

**АНО ВО «Российский новый университет»**  
**Институт бизнес-технологий**  
**Кафедра рекламы и связей с общественностью**

**СПИСОК ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ  
(МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ)**

**По направлению подготовки**

**42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль «Цифровая коммуникация»**

Утвержден на заседании кафедры

28.08.2019, протокол № 1.

1. Digital-спецпроекты как инструмент продвижения бренда в интернет-пространстве (на примере ...)
2. Анализ стратегий восстановления имиджа (на примере...).
3. Большие Данные как инструмент интегрированных коммуникаций в ритейле и E-commerce
4. Videоблоггеры как СМИ и их влияние на изменение доверия общества
5. Влияние бьюти-блогов на YouTube на потребительские практики российских пользователей косметической продукции
6. Влияние выбора сервиса цифровой дистрибуции компьютерных игр на коммуникационные стратегии и последующие продажи
7. Влияние персонального брендинга на восприятие потребителей в e-commerce
8. Влияние социальной сети «ВКонтакте» на политическое участие российской молодежи
9. Влияние социальных медиа на восприятие рисков, связанных со здоровьем
10. Влияние технологий защиты персональных данных на использование и развитие Big Data в России

11. Восприятие онлайн-рекламы поколением Z
12. Генерируемый пользователями контент о фитнесе в социальных сетях: влияние на поведение
13. Гражданское участие: digital-площадки как инструмент решения городских проблем
14. Игровые стриминговые платформы как способ коммуникации бренда с аудиторией
15. Институализация киберспорта как спортивной дисциплины в России: каналы оффлайн и онлайн коммуникации с аудиторией
16. Интернет-мемы как инструмент рекламы и продвижения товаров и услуг
17. Информационные технологии формирования имиджа государственной власти.
18. Использование чат-ботов в качестве современного инструмента коммуникаций
19. Коммуникации исполнительных органов государственной власти с гражданами в цифровой среде на примере ...
20. Маркетинговые коммуникации на ювелирном рынке в новых медиа (на примере ...)
21. Медиамем как форма современной политической коммуникации
22. Медиаэффекты в российском интернет-пространстве на примере ...
23. Мессенджеры для бизнеса: возможности и ограничения
24. Место и роль информационной аналитики в системе связей с общественностью
25. Методы продвижения проекта в Интернете
26. Нативная реклама в Интернете: восприятие потребителей
27. Новые медиа в коммуникациях организации
28. Новые медиа как ключевой коммуникативный аспект взаимодействия с аудиторией
29. Особенности медиапотребления детей на площадке YouTube в России
30. Особенности продвижения и коммуникации в Mobile и PC киберспорте

31. Особенности продвижения музыкальных брендов в эпоху новых медиа в России
32. PR -диагностика компании
33. Разработка PR-стратегии компании
34. Роль социальных сетей в построении коммуникации современного музея с аудиторией на примере ...
35. Самоцензура в социальных сетях и ее влияние на вовлеченность пользователей в конкурсные активации брендов в Инстаграм
36. Создание и функционирование PR-отдела внутри компании
37. Социальная реклама в интернете
38. Социально-политические основы PR в современных условиях (на примере ...)
39. Специфика коммуникационной деятельности организации в условиях цифровой коммуникации.
40. Тактильность в digital-коммуникациях: как свойства изображений влияют на потребительское поведение покупателей интернет-магазинов
41. Таргетинг сообщений для возрастных курильщиков: влияние на изменение поведения
42. Таргетированная реклама в социальной сети «ВКонтакте»: эффективность различных форматов рекламных объявлений