

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
Рекламы и связей с общественностью
Протокол № 2 от 28.09.2017 г.
Зав. кафедрой _____ Кандалов В.И.

**Примерный перечень тем бакалаврских выпускных
квалификационных работ по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

1. Совершенствование работы отдела рекламы коммерческой организации.
2. Формирование рекламной стратегии бренда в сфере розничной торговли.
3. Разработка коммуникационной стратегии международного бренда на российском рекламном рынке.
4. Совершенствование работы отдела связей с общественностью коммерческой организации.
5. Разработка путей повышения эффективности работы PR-агентства.
6. Повышение конкурентоспособности организации на основе PR-кампании.
7. Совершенствование PR-технологии в банковской сфере в условиях кризиса.
8. Разработка коммуникационной стратегии вывода коммерческой организации из кризисного состояния.
9. Формирование PR-стратегии вывода организации на новый рынок.
10. Совершенствование деятельности пресс-службы в коммерческой организации.
11. Разработка программы лояльности малого предприятия.
12. Совершенствование организации деятельности PR-службы на предприятии в современных условиях.
13. Разработка политической рекламной кампании в современных условиях.
14. Совершенствование работы коммерческой организации со средствами массовой информации.
15. Разработка программы продвижения инноваций в современных условиях.
16. Совершенствование организации и проведения PR-кампании в сети Интернет.
17. Формирование корпоративных коммуникаций в коммерческой организации малого бизнеса.
18. Разработка программы коммуникационной деятельности банка в современных условиях.
19. Совершенствование планирования рекламной кампании для коммерческой организации в условиях кризиса.
20. Разработка интегрированных маркетинговых коммуникаций крупного предприятия.
21. Совершенствование системы маркетинга отношений рекламного агентства полного цикла.
22. Разработка путей повышения эффективности работы рекламного агентства.
23. Современные технологии продвижения контент-проектов в онлайн-среде.
24. Разработка программы внутрикорпоративных коммуникаций как средства управления репутацией предприятия.
25. Совершенствование системы планирования рекламной деятельности коммерческой организации.

26. Формирование PR-стратегии вывода нового печатного издания на региональный рынок.
27. Разработка PR-мероприятий по управлению инновациями на крупном предприятии.
28. Совершенствование брендинга коммерческой организации в современных условиях.
29. Разработка PR-стратегии управления брендом крупной компании.
30. Формирование программы связей с общественностью коммерческой организации малого бизнеса.