

Директору  
Зональной научной библиотеки СГУ  
Зюзину А.В.

#### Сопроводительное письмо

Направляю Вам для размещения в открытой электронно-библиотечной системе авторефераты бакалаврских работ студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Темы бакалаврских работ:

1. Имидж руководителя как элемент брендинга компании – Абсатдарова В.В.
2. Социальный брендинг в деятельности организации – Акулов Д.П.
3. Создание и способы выведения на рынок персонального бренда – Белова А.В.
4. Использование социальных сетей в коммуникационной политике компании – Богомолова Е.А.
5. Применение технологий мифодизайна в современной рекламе – Бондаренкова К.А.
6. Разработка рекламной кампании с применением технологий искусственного интеллекта – Бондарь М.Г.
7. Планирование рекламных проектов в социальной сфере – Доронова Е.Л.
8. Организация деятельности PR-службы в учреждении (на примере Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского) – Ефремкин Н.Д.
9. Формирование устойчивого позитивного общественного мнения и имиджа организации - Кофтин М.В.
10. Формирование и поддержка PR-средствами персонального имиджа звезд шоу-бизнеса - Кравцова П.Д.
11. SEO-оптимизация как технология продвижения и рекламы сайтов - Офицеров А.И.
12. Медиакоммуникации в стратегии бренда – Панова Н.А.
13. Социальная реклама как средство управления общественным мнением – Приезжева В.И.
14. PR-обеспечение антикризисных мероприятий коммерческой организации – Ругалева А.Р.
15. Наружная реклама как элемент городского пространства – Савостина Д.В.

16. Разработка рекламной стратегии транспортной компании с использованием интернет-ресурсов – Спиридонов Р.А.
17. SMM-инструментарий в реализации коммуникационной политики компании – Сударикова М.А.
18. Креативные современные решения в наружной рекламе - Туренко А.С.
19. Современные коммуникационные технологии реализации стратегии продвижения образовательных услуг – Храпунова А.А.
20. Стратегия и тактика рекламных кампаний в сети Интернет – Чижевский Г.Д.
21. Формирование и поддержание имиджа компании PR-инструментами на примере ОАО «РЖД» - Яковенко Е.Н.

Подтверждаю, что из представленных материалов изъяты сведения в соответствии с требованиями Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры (утв. Приказом Минобрнауки России №636 от 29.06.2015) и законодательства РФ о размещении информации в открытом доступе.

Зав.кафедрой  
социальных коммуникаций  
д.соц.н., профессор



О.Ю. Голуб