

**«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»
(УрФУ)**

Институт экономики и управления

РАСПОРЯЖЕНИЕ

27.10.2020 №33.01-05/2/158

г. Екатеринбург

Об утверждении тем и руководителей
курсовых работ, проектов и проектов по модулю
студентам бакалавриата
на осенний семестр 2020-2021уч.г.

На основании СМК-ПВД-7.5-01-112-2017 «Положение о курсовом проектировании» (Версия 1)

ОБЯЗЫВАЮ:

утвердить темы и руководителей курсовых работ, проектов и проектов по модулю студентам бакалавриата на осенний 2020-2021 учебный год:

ЭУЗ-471004к (42.03.01 Реклама и связи с общественностью), курсовая работа по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

№ п/п	ФИО студента	Тема	ФИО руководителя
1.	Абдрахманов Эльдар Ренатович	Брендинг музея в контексте продвижения города Екатеринбурга (на примере "Художественного музея Эрнста Неизвестного")	Новоселова О.В.
2.	Абрамова Ксения Александровна	Технологии управления нематериальными активами организации в контексте коммуникационного менеджмента	Ергунова О.Т.
3.	Ахмедова Лейла Авазовна	Имидж организации: средства создания и продвижения (на примере проекта Iqos)	Ергунова О.Т.
4.	Белокосова Виктория Валерьевна	PR-мероприятия, как инструмент повышения узнаваемости компании	Малик О.В.
5.	Бирюкова Карина Юрьевна	Мероприятия как инструмент продвижения организации (на примере бренда Bionova))	Новоселова О. В.
6.	Благинина Мария Геннадьевна	PR-технологии в компании на этапе start-up (на примере компании «Виеру»)	Бритвина И.Б.
7.	Долганова Диана Дмитриевна	Коммуникационный менеджмент в работе с инвесторами	Малик О.В
8.	Дубских Екатерина Андреевна	PR-средства в системе инструментов брендинга города	Малик О.В
9.	Зуева Екатерина Владиславовна	BTL как инструмент продвижения бренда	Малик О.В
10.	Кабаева Надежда Олеговна	Формирование имиджа организации посредством специальных мероприятий	Голомидова М.В.

11.	Коренева Ирина Игоревна	Современные тенденции на рынке услуг по связям с общественностью и рекламе (на примере компании Perfect-raise)	Новоселова О. В
12.	Медведева Анастасия Павловна	Специальное мероприятие как инструмент формирования имиджа организации	Бритвина И.Б.
13.	Михайловская Анна Дмитриевна	Имидж организации: средства создания и продвижения (на примере ювелирной компании AVGVST)	Юферева А.С
14.	Неизвестных Дарья Андреевна	Инструменты создания и поддержания имиджа (на примере филиала Банка «ФК Открытие»)	Голубкова Е.А.
15.	Орлова Олеся Александровна	Коммуникационный менеджмент в работе с инвесторами	Новоселова О.В.
16.	Плотникова Мария Сергеевна	Интернет как современный инструмент PR-органов государственной власти	Ергунова О.Т.
17.	Порубова Эвелина Евгеньевна	PR-мероприятия, как инструмент повышения узнаваемости компании	Малик О. В.
18.	Райн Татьяна Анатольевна	PR- мероприятия как инструмент узнаваемости компании	Ергунова О.Т.
19.	Савчук Кристина Дмитриевна	Специфика коммуникационного менеджмента в работе event-агентства «Event86»	Голомидова М.В.
20.	Серебряков Артём Дмитриевич	PR-технологии в продвижении компании на этапе start-up	Юферева А.С.
21.	Середкина Александра Николаевна	Ярмарки и выставки как инструмент продвижения организации	Ергунова О.Т.
22.	Скворцова Ксения Вячеславовна	Инструменты продвижения имиджа компании (на примере ПАО Сбербанк)	Бритвина И.Б
23.	Степаненко Маргарита Евгеньевна	Современные тенденции на рынке услуг по связям с общественностью и рекламе	Голомидова М.В.
24.	Ткалич Анастасия Олеговна	Коммуникационные аспекты организации и продвижения Чемпионата мира по футболу - 2019	Ергунова О.Т.
25.	Цепелева Анастасия Михайловна	Имидж организации: средства создания и продвижения (на примере Coca-Cola)	Малик О. В.
26.	Ячменева Анастасия Дмитриевна	VTL как инструмент продвижения бренда «Organic Shop»	Ергунова О.Т.

Директор Школы ГУиП



А.К. Клюев