

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

Институт экономики и управления

РАСПОРЯЖЕНИЕ

17.11.2022 № 33.01-05/2/172

г. Екатеринбург

Об утверждении тем и руководителей
курсовых работ, проектов и проектов по модулю
студентам бакалавриата
на осенний семестр 2022-2023 уч.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 весенний семестр 2022-2023 учебный год:

ЭУ-303803 (38.03.06 - Торговое дело) курсовая работа по дисциплине «Интегрированные маркетинговые коммуникации»

№ п/п	ФИО студента	Тема	ФИО руководителя
1.	Ананьева Полина Павловна	Развитие концепции ИМК в цифровой среде (на примере маркет-плейса OZON)	Мокерова Ю.В.
2.	Антипин Егор Сергеевич	Развитие концепции ИМК в цифровой среде (на примере маркет-плейса Wildberries)	Мокерова Ю.В.
3.	Астафьева Анна Юрьевна	ИМК и их роль в системе продвижения компании (на примере Сбербанка)	Мокерова Ю.В.
4.	Баглай Екатерина Алексеевна	ИМК и их роль в системе продвижения компании (на примере сети ресторанов быстрого питания Додо Пицца)	Мокерова Ю.В.
5.	Балобанов Алексей Андреевич	Разработка стратегии ИМК для компании: основные элементы, постановка целей (на примере компании СМАК)	Мокерова Ю.В.
6.	Баранов Данил Валерьевич	ИМК и их роль в системе продвижения (на примере компании «ТИНЬКОФФ»)	Мокерова Ю.В.
7.	Бетина Юлия Константиновна	ИМК и их роль в системе продвижения (на примере компании "Вкусно и точка")	Мокерова Ю.В.
8.	Вершинин Иван Михайлович	ИМК и их роль в системе продвижения компании (на примере компании «Мегафон»)	Мокерова Ю.В.

9.	Галимзянов Руслан Асхатович	Разработка стратегии ИМК для компании: основные элементы, постановка целей (на примере компании «Лукойл»)	Мокерова Ю.В.
10.	Гасилин Василий Леонидович	Новые тренды в развитии ИМК (на примере компании «Coca-Cola»)	Мокерова Ю.В.
11.	Герасимов Данил Сергеевич	ИМК и их роль в системе продвижения компании (на примере "ОАО Газпром")	Мокерова Ю.В.
12.	Грибак Денис Вячеславович	Новые тренды в развитии ИМК	Мокерова Ю.В.
13.	Евстигнеева Яна Вячеславовна	Роль PR в системе ИМК на предприятии: особенности и тенденции (на примере Государственного автономного учреждения Свердловской области "Горнолыжный комплекс "Гора Белая")	Мокерова Ю.В.
14.	Жуйкова Софья Алексеевна	Роль PR в системе ИМК на предприятии: особенности и тенденции (на примере рынка декоративной косметики)	Мокерова Ю.В.
15.	Золотов Иван Алексеевич	ИМК и их роль в системе продвижения компании на (примере Procter & Gamble)	Мокерова Ю.В.
16.	Исхаков Булат Вильданович	Оценка эффективности внедрения ИМК в компании «Tele2»	Мокерова Ю.В.
17.	Крохмалева Ирина Андреевна	ИМК и их роль в системе продвижения компании «Жизнь март»	Мокерова Ю.В.
18.	Куксенко Валерия Сергеевна	Роль PR в системе ИМК на предприятии: особенности и тенденции (на примере компании «Red Bull»)	Мокерова Ю.В.
19.	Ладыгин Богдан Станиславович	Разработка стратегии ИМК для компании: основные элементы, постановка целей	Мокерова Ю.В.
20.	Лаптева Полина Алексеевна	ИМК и их роль в продвижении (на примере ТРЦ «Гринвич»)	Мокерова Ю.В.
21.	Мазейна Ксения Александровна	Роль PR в системе ИМК на предприятии: особенности и тенденции (на примере компании «Сима-Лэнд»)	Мокерова Ю.В.
22.	Мозоль Степан Александрович	Новые тренды в развитии ИМК	Мокерова Ю.В.
23.	Мосунов Кирилл Олегович	Роль PR в системе ИМК на предприятии: особенности и тенденции на примере ИКЕА	Мокерова Ю.В.
24.	Островский Арсений Павлович	ИМК и их роль в системе продвижения компании (на примере МТС)	Мокерова Ю.В.
25.	Петрашевич Александр Олегович	ИМК и их роль в системе продвижения (на примере магазина «Золотое Яблоко»)	Мокерова Ю.В.
26.	Поскребышева Ксения Дмитриевна	Интегрированные коммуникации: барьеры и проблемы реализации (на примере ресторанного рынка)	Мокерова Ю.В.
27.	Пысенков Даниил Евгеньевич	ИМК и их роль в системе продвижения (на примере сети «Додо-пицца»)	Мокерова Ю.В.
28.	Садыкова Амина Рамильевна	ИМК и их роль в системе продвижения компании (на примере компании «MIXIT»)	Мокерова Ю.В.

29.	Салинас Герреро Стефани Патрисиа	Оценка эффективности внедрения ИМК на предприятии «Nike»	Мокерова Ю.В.
30.	Титовец Андрей Сергеевич	Интегрированные коммуникации: барьеры и проблемы реализации (на примере Екатеринбургского государственного Театра оперы и балета)	Мокерова Ю.В.
31.	Хорошавина Елизавета Сергеевна	ИМК и их роль в системе продвижения (на примере магазина одежды H&M)	Мокерова Ю.В.
32.	Шамсутдинов Марат Марселевич	ИМК и их роль в системе продвижения компании «Тинькофф»	Мокерова Ю.В.

Директор Школы ГУиП



А.К. Клюев