

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

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

Институт экономики и управления

РАСПОРЯЖЕНИЕ

22.05.2024 № 33.01-05/2/065

г. Екатеринбург

О назначении рецензентов
для защиты ВКР (магистерских диссертаций)
магистрантов Школы ГУиП,
групп ЭУМ-223812

На основании сведений, полученных от кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

ОБЯЗЫВАЮ:

1. Назначить рецензентов магистерских диссертаций студентов групп ЭУМ-223812 (таблица)

№	ФИО студента	Тема	Руководитель	Рецензент
1	Абаллат Мбарек	Оценка вклада технологий культурной дипломатии в построение и продвижение национального бренда Assessment of the contribution of cultural diplomacy technologies to the construction and promotion of a national brand	Банных Г. А. канд. социол. наук, доц.	Черкасова Виолетта Юрьевна, канд. социол. наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
2	Алёшина Полина Андреевна	Сравнительный анализ стратегий продвижения предприятия в сфере производства медицинского оборудования в российском и международном бизнес пространстве	Панкевич Н. В. канд. полит. наук, доц.	Русина Анастасия Васильевна Заведующий отделом Свердловской областной универсальной научной библиотеки им. В.Г. Белинского, руководитель проектов по продвижению ресурсов Президентской библиотеки на территории Свердловской области

3	Беляев Кирилл Сергеевич	Сравнительный анализ использования языковой игры в отражении ценностей российских и зарубежных брендов	Чемезова И. А. канд. филол. наук, доц.	Воробьева Наталья Александровна, канд. филол. наук доцент Уральский государственный юридический университет им. В.Ф. Яковлева
4	Виджая Марини Франсиска	Анализ использования официальных веб-сайтов как инструмента продвижения национального туристического продукта Индонезии Analysis of the using the official websites as a tool for promoting the national tourism product of Indonesia	Баннх Г. А. канд. социол. наук, доц.	Гилева Ирина Сергеевна, канд. социол. наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
5	Гао Синьжу	Сравнительный анализ коммуникационных стратегий китайского бренда электроники Xiaomi Technology в Китае и России Comparative analysis of communication strategies of the Chinese electronics brand Xiaomi Technology in China and Russia	Астратова Г. В. д-р экон. наук, проф.	Баженов Сергей Иванович, д.э.н., профессор. президент Фонда С.И. Баженова «Уральский научно-прикладной центр Региональная экономическая безопасность: теоретические аспекты, практика»
6	Корнелюк Максим Вячеславович	Анализ стратегий продвижения высокотехнологичных проектов в цифровой среде: международный аспект	Савчук Г. А., к.с.н, доцент	Положенкова Софья Александровна, руководитель направления популяризации технологий искусственного интеллекта Центра развития технологий «AI во благо общества», Департамент развития искусственного интеллекта и машинного обучения ПАО Сбербанк России
7	Коробейникова Анастасия Дмитриевна	Адаптация рекламы российских ювелирных брендов на рынке Китая: анализ возможностей в контексте международного опыта	Голомидова М. В., д-р филолог.н, профессор	Дмитриева Анастасия Валерьевна, канд. филол. наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков и образовательных технологий, Уральского гуманитарного института

		Adaptation of advertising of Russian jewelry brands for the Chinese: analysis of opportunities in the context of international experience		
8	Щербакова Вероника Александровна	Анализ перспективности зарубежных образовательных рынков для продвижения российских онлайн курсов	Савчук Г. А., к.с.н, доцент	Наумова Ольга Михайловна, начальник отдела Методического Сопровождения и Оценки качества Электронных Образовательных Ресурсов (Центр развития онлайн-обучения УрФУ)
9	Эисса Али Мохамед Али Али	Использование инструментов XR в цифровой рекламе: анализ международного опыта Practices and tools of XR in digital advertising: analysis of international experience	Мокерова Ю. В. канд. социол. наук, доц.	Франц Валерия Андреевна, канд. полит. наук, доцент (последнее место работы Департамент международных отношений Уральского гуманитарного института)

Директор Школы ГУиП



А.К. Клюев