

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

Институт экономики и управления

РАСПОРЯЖЕНИЕ

26.03.2024 № 33.01-05/2/039

г. Екатеринбург

Об утверждении тем магистерских диссертаций
магистрантам Школы ГУиП по направлению
подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
очно-заочной формы обучения
группа ЭУВМ-130811

На основании выписки из протокола собрания научно-педагогических работников
Кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Школы
государственного управления и предпринимательства ИнЭУ от 9 февраля 2024 г.
Протокол № 2

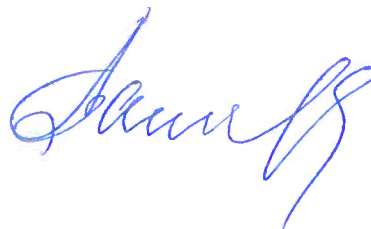
ОБЯЗЫВАЮ:

1. Утвердить магистрантам Школы государственного управления и предпринимательства, обучающимся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (ОПМ «PR и реклама в интернет-маркетинге») очно-заочной формы обучения группы ЭУВМ-130811 темы магистерских диссертаций:

№	ФИО студента	Тема МД	Руководитель МД
1	Банщикова Наталья Андреевна	Анализ подходов к оптимизации маркетинговой деятельности торгового центра в интернет-пространстве	Кульпин С.В.
2	Василевская Мария Антоновна	Анализ особенностей маркетинга в социальных сетях на рынке спортивных услуг	Кульпин С.В.
3	Колесова Екатерина Владимировна	Анализ технологий продакт-плейсмент в цифровых средствах массовой информации	Бекетов М.Ю.
4	Коренева Юлия Владимировна	Разработка концепта любви в интернет-рекламе как механизм повышения лояльности потребителей к бренду	Шубат О.М.
5	Краев Василий Дмитриевич	Анализ стратегий продвижения проектов умного города как инструмент развития территорий	Попов Е.В.

6	Краева Полина Олеговна	Оценка эффективности event-маркетинга в реализации проектов умного города	Попов Е.В.
7	Кунавина Елизавета Дмитриевна	Анализ подходов к разработке коммуникационной стратегии digital-агентства	Кульпин С.В.
8	Лебедь Вадим Александрович	Анализ особенностей формирования имиджа бренда организации в интернете	Кульпин С.В.
9	Ломакина Анастасия Ивановна	Эффективность социальных медиа в организации спортивных мероприятий региона	Попов Е.В.
10	Матусенко Анастасия Андреевна	Анализ приемов рекламной манипуляции поведением потребителя в интернет-среде	Савчук Г.А.
11	Музаффарова Гюнель Агаларовна	Роль партизанского маркетинга в повышении эффективности продвижения бренда	Шубат О.М.
12	Поротникова Ксения Сергеевна	Оценка потенциала мессенджера Telegram как площадки для трансляции ценностей fashion-брендов	Чемезова И.А.
13	Просвиркина Анастасия Андреевна	Оценка эффективности цифровых маркетинговых стратегий субъекта индивидуального предпринимательства	Шубат О.М.
14	Савиных Мария Дмитриевна	Анализ стратегий контент-маркетинга промышленных предприятий	Бекетов М.Ю.
15	Фарбазова Диана Магафуровна	Сравнительный анализ образа женщины в китайской и российской видеорекламе	Савчук Г.А.
16	Фомченко Анастасия Денисовна	Анализ потребительских мотивов на рынке экспертных инфопродуктов	Кульпин С.В.
17	Шангареев Евгений Илдарович	Анализ социальных медиа как инструмента воздействия органов власти на формировании доверия со стороны молодежи	Кульпин С.В.
18	Шестакова Елизавета Константиновна	Нативная реклама как метод преодоления баннерной слепоты в интернет-маркетинге	Шубат О.М.

Директор Школы ГУиП



А.К. Клюев