

ТЕМИ
кваліфікаційних робіт
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю»
(2023 року випуску)

№	Тема
1.	Промоція товарів для дитячого розвитку та спорту інструментами SMM (на прикладі бренду «Goodevas»)
2.	Розроблення та промоція комунікаційної стратегії КП «Європейський культурний центр «Краків»
3.	Промоція музичного блогу «EverySong» інструментами SMM
4.	Розроблення корпоративного стилю та промокампанії для будівельної компанії
5.	Розроблення комплексу рекламних та PR-заходів для просування спортивного бренду
6.	Антикризовий PR: робота в екстрених ситуаціях та планова підготовка до можливих криз
7.	Промоція спортивної організації інструментами цифрового маркетингу (на прикладі ТОВ «Футбольний клуб «Зірка»)
8.	SEO-оптимізація як ефективний інструмент просування (на прикладі сайту kava.ua)
9.	Промоція Департаменту культури Київської міської державної адміністрації в соціальних мережах
10.	Промоція малого бізнесу в соціальних мережах (на прикладі закладу харчування «One tea tree»)
11.	Розроблення та реалізація стратегії просування івенту «May Aesthetics Meeting»
12.	Комунікаційний супровід міської влади (на прикладі КМДА)
13.	Промоція компанії зі сфери екологічного бізнесу
14.	Створення фірмового стилю та промоція дитячого магазину «Ріо»

15.	Співпраця з інфлюенсерами як інструмент промоції в роздрібній торгівлі (на прикладі бренду "MOYO")
16.	Створення іміджу малого бізнесу в сфері нерухомості інструментами SMM
17.	Анімація та відеоконтент для промоції бізнесу: ефективність впливу
18.	Промоція інстаграм-сторінки органу державної влади (на прикладі КМДА)
19.	Промоція ініціативи «Підприємницький університет» стартап-інкубатору «YEP!»
20.	Розроблення сайту як інструмент промоції (на прикладі компанії "Екофарм")
21.	Розроблення візуальних рішень для здійснення комунікації у державному секторі (на прикладі промоції сайту КМДА)
22.	Розроблення стратегії просування та промоція медіахолдингу «NV» через соціальну мережу Телеграм
23.	Планування та організація медіаактивності Асоціації креативних індустрій України
24.	Розроблення візуальних рішень та інформаційних матеріалів для промоції бібліотеки (на прикладі Державної бібліотеки України для юнацтва).
25.	Візуалізація рекламної та PR кампанії для міжнародного ринку (на прикладі компанії «TiSO»)
26.	Розроблення та реалізація промоції у соціальних мережах проєктів Українського центру культурних досліджень
27.	Промоція бренду в соціальних мережах (на прикладі Платформи pleso)
28.	Розроблення та реалізація стратегії просування онлайн-курсів (на прикладі Bunny Academy)
29.	Розроблення та реалізація комунікаційних стратегій
30.	Створення контенту та реалізація стратегії просування Творчого об'єднання дитячих письменників
31.	Розроблення та реалізація комунікаційної стратегії Департаменту культури Київської міської державної адміністрації інструментами SMM

32.	Промоція малого бізнесу в сфері нерухомості
33.	Промоція вступної кампанії до закладу вищої освіти (на прикладі Університету Грінченка)
34.	PR-забезпечення волонтерської діяльності на Львівщині
35.	Промоція бізнесу у соціальних мережах (на прикладі готелю «Бонтіак»)
36.	Промоція Ради Студентського самоврядування Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка у соціальних мережах
37.	Промоція медіа інструментами SMM (на прикладі Creativity UA)
38.	Розроблення комунікаційної стратегії для соціального проєкту та його PR-супровід
39.	Розроблення та реалізації стратегії SMM просування для українського бренду «Gunia project»
40.	Просування послуг креативного агентства (на прикладі «Come Back Agency»)
41.	Промоція бізнесу на українському ринку інструментами цифрового маркетингу (на прикладі ТОВ «STALKER BUD»)
42.	Просування власного бізнесу в соціальних мережах під час війни (на прикладі салону краси «Beauty Bar»)
43.	Розроблення концепції та промоція клінінгової компанії
44.	Розроблення та реалізація стратегії промоції творчого проєкту
45.	Розроблення комплексу рекламних та PR-заходів для сучасної української культурологічної установи
46.	Ребрендинг та промоція музею Бориса Грінченка
47.	Промоція малого бізнесу (на прикладі суши-ресторану «SushiTema»)
48.	Промоція Творчого об'єднання дитячих письменників Київської організації Національної спілки письменників України
49.	Розроблення та реалізація рекламної кампанії «Київ Консалтинг»
50.	Популяризація молодіжних проєктів інструментами соціальних мереж
51.	Розроблення та реалізація комунікаційної стратегії для проєкту «Спортивний фронт» групи 1+1 media
52.	Ребрендинг як елемент комплексної маркетингової стратегії книжкового видавництва (на прикладі ТОВ «ВИДАВНИЦТВО «ВІВАТ»)

53.	Промоція готельно-ресторанного комплексу «Koncha Zaspа Residence» інструментами SMM
54.	Проект промоції книжкового видавництва у соціальних мережах
55.	Розроблення комплексу промо-заходів для популяризації послуг бібліотек для юнацтва
56.	Промоція сучасного театру для українського та зарубіжного глядача
57.	Просування мережі магазину «Фора» інструментами SMM
58.	Рекламна та PR-кампанія в інтернеті: сучасні підходи та технології
59.	Просування власного бренду в соціальних мережах інструментами SMM (на прикладі магазину «Soovikast»)
60.	Управління рекламними комунікаціями в банку (на прикладі АТ "Ощадбанк")
61.	Розроблення та промоція проєкту «НАНО.КРЕАТИВ» інструментами SMM на базі особистого бренду
62.	Розроблення та реалізація PR-кампанії (на прикладі ГС «Асоціація креативних індустрій України»)
63.	Івенти як складова реклами та зв'язків з громадськістю: досвід Асоціації креативних індустрій
64.	Промоція футбольного клубу (на прикладі ТОВ ФК «Зірка»)
65.	Промоція та розвиток бренду Публічної бібліотеки імені Лесі Українки в соціальних мережах
66.	Використання інструментів реклами та PR для формування корпоративної культури компанії