

ТЕМИ
кваліфікаційних робіт
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю»
(2024 року випуску)

№	Тема
1.	Вплив відеоконтенту на залучення аудиторії в соцмережах: стратегії та аналіз результатів
2.	Візуальні інструменти промоції культурної сфери м.Києва (на замовлення КМДА)
3.	Реалії антикризових комунікацій в умовах воєнного стану (на матеріалах готельно-ресторанного бізнесу)
4.	Просування соціального проекту в digital-середовищі (на прикладі Міжнародного молодіжного фестивалю соціальної реклами "Інший погляд")
5.	Промоція сучасної української літератури у соціальних мережах (на прикладі Українського Інститут Книги)
6.	Організація та PR-супровід індустриальних виставок (на прикладі заводу металоконструкцій "ЮГСТАЛЬ")
7.	Створення та просування веб-сайту громадської організації
8.	Просування ТОВ ТД «БАРСКИ» у соціальних мережах
9.	Розроблення та використання 3D дизайну в рекламі (на прикладі ТОВ "Біосинергія")
10.	Просування колонок JBL за допомогою штучного інтелекту та людини: порівняльний аналіз ефективності стратегій та результатів
11.	Розроблення та реалізація спортивного заходу (на прикладі "Фінал чотирьох Кубку України з футзалу")
12.	Комплекс PR та рекламних інструментів для промоції компанії "MatroLuxe": технологічність, модерність, унікальність
13.	Побудова PR-стратегії компанії "Студія ІСТО": архітектура, інтер'єр, репутація
14.	Використання інструментів реклами та PR для просування книжкового магазину (на прикладі книгарні «Сяйво книги»)
15.	Розроблення та реалізація плану промоції у соціальних мережах для

	малого бізнесу (на прикладі закладу харчування «China house»)
16.	Проект промоції B2B бізнесу за допомогою рекламних та PR-інструментів (на прикладі бренду Konstar)
17.	Промоція малого бізнесу засобами реклами та PR (на прикладі ФОП Сапронова О.А.)
18.	Розроблення та реалізація рекламної та PR-кампанії для вирішення соціальної проблеми
19.	Специфіка просування персонального бренду тату-спеціаліста в соціальній мережі Instagram
20.	SMM, як інструмент створення ком'юніті бренду
21.	Розроблення візуального стилю для громадської організації та просування її у соціальних мережах (на прикладі ГО "Міжнародна Школа Рівних Можливостей")
22.	Промоція агенції в цифровому просторі (на прикладі "Creatory Studio")
23.	Відеоматеріалів як інструмент просування ресторанного бізнесу (на прикладі ресторану "Sonado")
24.	Формування та розвиток бренду роботодавця як елемент стратегії міжнародної аудиторської організації «PricewaterhouseCoopers»
25.	Промоція компанії з використанням цифрових каналів комунікації (на прикладі Бізнес-спільноти "Люди Бренди")
26.	Використання інтегрованих маркетингових комунікацій для розвитку особистого бренду (на прикладі "Here & Now Pottery")
27.	Нові напрями цифрової комунікації (на замовлення Управління інформаційної політики та доступу до публічної інформації КМДА)
28.	Створення текстового контенту для промоції бренду в соціальних мережах
29.	Промоція українського бренду безалкогольних напоїв засобами реклами та PR (на прикладі ТМ «Живчик» ПрАТ «Оболонь»)
30.	Реклама і PR у сучасній українській блогосфері
31.	Візуальний контент у SMM: розроблення, використання, вплив
32.	Промоція промислово-торговельного підприємства (на прикладі ТОВ «ТАМАКО- ІНВЕСТ»)
33.	Промоція у соціальних мережах підприємства малого бізнесу (на прикладі кав'ярні ФОП «Микита Василенко»).
34.	ПРОМОЦІЯ БІОСТОМАТОЛОГІЇ В УКРАЇНІ

	(на прикладі клініки hi.dental)
35.	Рекламна та PR-діяльність у концертно-гастрольній сфері України (на прикладі агенції "Vinil Agency")
36.	Промоція освітнього закладу за допомогою соціальних мереж (на прикладі ОЗО "Калинівський академічний ліцей - освітній центр")
37.	Стратегії застосування рекламних та PR-інструментів у просуванні сучасних музичних колективів (на прикладі шоу-групи "АЛЬТАНА")
38.	Розроблення та реалізація промоції в цифровому просторі (на прикладі ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ АГРОКУЛЬТУРИ»)
39.	Візуальна концепція рекламної кампанії для бренду українського національного одягу «Svarga»
40.	Промоція лінійки промислових товарів (на прикладі діяльності ТОВ «ЛК-ТРАНС»)
41.	Розроблення івент-технологій для реалізації фестивалю-конкурсу соціальної реклами "Інший погляд"
42.	Інтерактивні івенти як інструмент комунікації
43.	Промоція івент-агенції інструментами SMM (на прикладі ФОП "Ястребов М.В.")
44.	Розроблення і промоція візуального стилю комерційного підприємства (на прикладі «Галор-Агро»).
45.	Комунікаційна стратегія розвитку компанії Trade Master Group на 2024 рік
46.	Промоція закладу харчування інструментами SMM (на прикладі закладу "KATZ'S")
47.	Промоція сайту компанії за допомогою SEO-просування (на прикладі ТОВ "МЕДІА ГРУПА ЛОКОМОТИВ")
48.	Відеоконтент для популяризації брендів у соцмережах (на прикладі бренду ImpactWave)
49.	РОЗРОБЛЕННЯ ВІЗУАЛЬНИХ РІШЕНЬ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ПРОМОЦІЇ БРЕНДУ (на прикладі стартап-проєкту «Loki»)
50.	Промоція агентства нерхомості в соціальних мережах (на прикладі компанії "Next door")
51.	Позиціонування та промоція засобами цифрового маркетингу нового закладу ресторану "Різотто смажить Паелью"
52.	Розроблення та реалізація рекламної та PR-кампанії мистецького

	проєкту
53.	Промоція мережевої компанії (на прикладі ТОВ "ЛК-ТРАНС")
54.	Інформаційна підтримка діяльності українського бренду "Finik Family" засобами PR
55.	Розроблення і розвиток візуального стилю державної організації (на замовлення Управління інформаційної політики та доступу до публічної інформації КМДА)
56.	Рекламні та PR-технології в промоції культурних послуг (на прикладі відділу культури, молоді і спорту Сквирської міської ради)
57.	Розроблення та реалізація стратегії промоції компанії в соціальних мережах
58.	Інструменти просування комерційної організації та їх ефективність
59.	Використання інструментів реклами та PR для просування соціальних івентів («Пробіг під каштанами», «Інший погляд»)
60.	Промоція локального бренду інструментами реклами (на прикладі бренду прикрас «ACT.BRAND»)
61.	Комплексна рекламна кампанія проєкту дитячого центру
62.	Розроблення та реалізація стратегії промоції спортивного клубу