

**Примерная тематика курсовых работ
по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций»
(реклама и связи с общественностью)**

1. Роль рекламы и связей с общественностью в интегрированных коммуникациях.
2. Понятия «коммуникация» и «информация».
3. Понятие «публичные коммуникации».
4. Механизмы формирования общественного мнения.
5. Связи с общественностью как профессия и отрасль бизнеса.
6. Правовые и профессиональные основы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью.
7. Основные организационные структуры в связях с общественностью.
8. Реклама в системе интегрированных коммуникаций.
9. Цель, задачи и функции рекламной деятельности.
10. Правовое регулирование рекламной деятельности.
11. Реклама как коммуникация.
12. История рекламы и связей с общественностью.
13. Психология рекламы.
14. Виды и жанровые решения в телевизионной рекламе.
15. Рекламное продвижение и связи с общественностью в сети интернет.
16. Методы позиционирования компаний и организаций в условиях регионального рынка.
17. Продвижение транснациональных брендов.
18. Реклама на радио.
19. Оценка эффективности деятельности рекламного агентства.
20. Оценка эффективности интегрированных коммуникаций.
21. Кампания по связям с общественностью.
22. Рекламная кампания.
23. Кампания по пропаганде здорового образа жизни.
24. Креативные технологии в интегрированных коммуникациях.
25. Производство рекламных и пиар материалов.
26. Основы работы с текстами в интегрированных коммуникациях.
27. Интегрированные коммуникации в антикризисном управлении.
28. Работа с целевыми группами общественности в условиях кризиса.