



О назначении рецензентов выпускных квалификационных работ студентов образовательной программы «Интегрированные коммуникации» факультета креативных индустрий

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Назначить рецензентов выпускных квалификационных работ студентов 2 курса образовательной программы магистратуры «Интегрированные коммуникации», направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, факультета креативных индустрий, очной формы обучения согласно списку (приложение).

Декан

А.Г. Быстрицкий

				Приложение	
				к приказу ФКИ	
				НИУ ВШЭ	
				от _____ №	
№ п/ п	Ф.И.О. студента	Тема работы на русском языке	Тема работы на английском языке	Рецензент	
				ФИО	ученая степень, ученое звание, место работы, занимаемая должность
1	Багаева Элина Таймуразовна	Блоггеры и их влияние на продвижение книжных сервисов	Bloggers and Their Influence on the Promotion of the Ebook Services	Макарова Анастасия Александровн а	Руководитель группы по работе с клиентами ООО "ДаДа"
2	Белугина Екатерина Геннадьевна	Особенности интерпретации результатов опросов общественного мнения в российских медиа	Features of Interpretation of the Results of Public Opinion Polls in Russian Media	Шилова Валентина Александровн а	Ведущий научный сотрудник, руководитель лаборатории исследования проблем инфосоциальны х технологий Института социологии ФНИСЦ РАН, к.с.н.
3	Бурдакова Валерия Евгеньевна	Нативная реклама как инструмент продвижения брендов через Telegram- каналы инфлюенсеров (на примере научно- популярной тематики)	Native Advertising as Brand Promotion Tool through Personal Telegram Channels of Influencers (Using the Example of Popular	Родина Полина Олеговна	Руководитель направления нативной рекламы агентства "Mgcom"

			Science Domain)		
4	Бурцева Александра Игоревна	Изучение клиентского опыта на примере Музея космонавтики	Analysis of Visitor Experience: A Case Study of the Museum of Cosmonautics	Хабарова Светлана Сергеевна	Главный специалист Государственной Третьяковской галереи
5	Буянова Алена Николаевна	Метавселенные как новый инструмент для коммуникации с потребителем на примере бренда Lay's	Metaverses as a New Tool of Communication with the Consumer on the Example of Brand Lay's	Пестов Павел Алексеевич	PR-специалист ООО "РЕШЕНИЯ", департамент Метавселенных
6	Вигдорчик Элен Алексеевна	Восприятие идеализированных самопрезентаций Instagram-блогеров сквозь призму теории социального сравнения	Perception of Idealized Self-presentations of Instagram Bloggers through the Prism of Social Comparison Theory	Давыдов Сергей Геннадьевич	Доцент, к.ф.н. факультета социальных наук, департамента социологии НИУ ВШЭ
7	Володько Алиса Константиновна	Управление digital-коммуникациями при продвижении автоматизированного диагностического комплекса «РОСТ»	Administration of Digital Communications for Promoting Automated Diagnostic Complex "ROST"	Андросенко Марина Эдуардовна	Кандидат психологических наук, профессор, директор по науке и инновациям ООО «ЛИТ «РЕСУРС XXI»

8	Воробьев Александр -	Рынок цифровой дистрибуции видеоигр: формализация онтологической целостности и демаркация экосистемы	Video Game Digital Distribution Market: Formalization of Ontological Integrity and Demarcation of Ecosystem Boundaries	Сомова Наталья Станиславовна	Руководитель проектного отдела "Selective team", PPL
9	Городничая Василиса Васильевна	Стратегия развития HR-бренда службы курьерской доставки на примере Delivery Club	The Strategy of development the HR brand of the delivery service on the example of Delivery Club	Панфилова Ольга Владимировна	HR-директор коммуникационного агентства "Р.И.М.", кандидат социологических наук
10	Дементьева Екатерина Алексеевна	Коммуникационные стратегии продвижения корейского косметического бренда «A'pieu» на российском рынке	Communication Strategies for K-beauty Brand «A'pieu» in Russian Cosmetic Market	Самоволева Светлана Александровна	Ведущий научный сотрудник ФГБУН ЦЭМИ РАН, кандидат экономических наук
11	Дуань Юйкэ	Визуальные репрезентации угрозы вируса COVID-19 в масс-медиа	Visual Representations of COVID-19 Threat in Mass Media	Королева Алина Алексеевна	Доцент кафедры философии им. А.Ф. Шишкина Международного правового факультета МГИМО МИД России, шеф-редактор научного журнала "Концепт: философия, религия, культура", кандидат культурологии

12	Елисеева Екатерина Артемовна	Коммуникационная кампания по профилактике несбалансированного питания среди населения РФ	Communication Campaign for the Prevention of Unbalanced Nutrition among the Population of the Russian Federation	Сахарова Марина Геннадьевна	Эксперт ФГБУ "НМИЦ ТПМ" Минздрава России
13	Енгашова Надежда	EWom на маркетплейсах: отзывы как основной инструмент стимулирования к покупке	EWom on Marketplaces: Reviews as the Main Tool to Stimulate Purchases	Амиантов Сергей Витальевич	Старший преподаватель департамента маркетинга Высшей школы бизнеса
14	Жгенти Мариам Амирановна	Разработка позиционирования нового бренда одежды сегмента масс-маркет для рынка России	The Development of Fashion Mass-Market Brand Positioning for the Russian Market	Прищепко Сергей Анатольевич	Руководитель отдела по работе с маркетплейсами и службами доставки ООО "Табер Трейд"
15	Козарь Елизавета Станиславовна	Продвижение товаров декоративной косметики в период кризисной ситуации на косметическом рынке	Promotion of Beauty Products During Economic Crisis in Cosmetics Market	Гнускина Александра Александровна	Директор по работе с клиентами и развитию бизнеса в компании ООО «Кедр МР», Executive MBA
16	Коновалова Маргарита Андреевна	Продвижение российского бизнеса на внутреннем рынке на примере бренда RNB	Promotion of Russian Business in the Domestic Market on the Example of the RNB Brand	Мамина Ксения Леонидовна	Приглашенный преподаватель Школы коммуникаций

17	Корсакова Ольга Константиновна	Как микроинфлюенсеры работают в риторике популизма с помощью #выплатынадетей (как пример) в социальных сетях	How Microinfluencers Work in the Rhetoric of Populism Using #paymentsforchildren (as an Example) in Social Networks	Давыдов Сергей Геннадьевич	Доцент, к.ф.н. факультета социальных наук, департамента социологии НИУ ВШЭ
18	Краснеева Дарья Алексеевна	Связь транслирования ESG принципов в коммуникации косметических брендов с лояльностью потребителей	Association between Cosmetic Brands' ESG Disclosure and Customer Loyalty	Королева Алина Алексеевна	Доцент кафедры философии им. А.Ф. Шишкина Международно-правового факультета МГИМО МИД России, шеф-редактор научного журнала "Концепт: философия, религия, культура", кандидат культурологии
19	Кудряшова Эльвина Васильевна	Формирование коммуникационных сообщений на базе Теории поколений для продвижения кредитных карт и потребительских кредитов Сбербанка.	Formation of Communicative Messages Based on the Theory of Generations for the Promotion of Credit Cards and Consumer Loans of Sberbank	Торшина Дарья Александровна	Директор по маркетингу и клиентскому сервису МТС Розничная сеть
20	Лагерь Ольга Юрьевна	Продвижение бренда музея на примере Государственной Третьяковской галереи	Promotion of the Museum Brand on the Example of the State Tretyakov Gallery	Хабарова Светлана Сергеевна	Главный специалист Государственной Третьяковской галереи

21	Леонтьева Дарья Станиславовна	Влияние медиа на процесс нормализации расстройств пищевого поведения в коммуникационных стратегиях брендов спорт-сегментов	“The Influence of Mass Media on the Process of Normalization of Eating Disorders in the Communication Strategies of Sports Segment Brands”	Мамина Ксения Леонидовна	приглашенный преподаватель Школы коммуникаций
22	Максимова София Евгеньевна	Коммуникационная стратегия брендингового агентства на примере компании ТВТВО	Communication Strategy of a Branding Agency on the Example of TBTVO	Евдокимов Алексей Владимирович	Партнер и креативный продюсер брендингового агентства "TBTVO Brand Mastering"
23	Маслова Дарья Сергеевна	Коммуникационная стратегия бьюти бренда на примере бренда «Aravia»	The Communication Strategy of the Beauty Brand Based on the Example of the Aravia Brand	Холодилина Александра Николаевна	Эксперт по планированию СМИ ООО «Денцу Икс»
24	Матвеева Мария Андреевна	Создание и продвижение онлайн-платформы услуг в индустрии любительского спорта	Developing a Communication Strategy and Platform for Promoting an Online Ecosystem for Amateur Sports	Цуканова Ольга Анатольевна	Исполнительный директор ПАО "Сбербанк"
25	Миннигалиева Динара Салаватовна	Проблемы и перспективы развития социальной коммерции в России на примере компании Ozon	Problems and Prospects for the Development of Social Commerce in Russia on the Example of Ozon	Гнускина Александра Александровна	Директор по работе с клиентами и развитию бизнеса в компании ООО «Кедр МР», Executive MBA

26	Мосякина Марина Александровна	Разработка коммуникацио нной стратегии по развитию личного бренда в социальных сетях на рынке онлайн- образования	Development of a Communication Strategy for the Development of a Personal Brand in Social Networks in the Online Education Market	Вельман Алина Макаровна	Креативный менеджер корпорации "Карьерист"
27	Пермякова Дарья Владимировна	Сити- маркетинг как инструмент продвижения бренда локального банка на примере Сбер	City Marketing as a Promoting Tool of the Local Bank Brand on the Example of Sber	Новикова Екатерина Алексеевна	Старший менеджер продуктового маркетинга ООО "В контакте"
28	Попова Анастасия Витальевна	Отношение потребителей к теме этнического разнообразия в рекламе брендов одежды	Attitudes of Consumers Towards the Topic of Ethnic Diversity in Adverts of Clothing Brands	Давыдов Сергей Геннадьевич	Доцент, к.ф.н. факультета социальных наук, департамента социологии НИУ ВШЭ
29	Потапова Ольга Павловна	Инфлюенс маркетинг как способ продвижения сервиса Boosty	Influencer Marketing As a Way to Promote the Boosty Service	Саксон Станислав Артурович	Продакт- Маркетинг менеджер ООО ВК Стриминговая платформа ВК Плэй Лайв
30	Пришлова Дарья Александровна	Критический дискурс-анализ политического языка левых в России	Critical Discourse Analysis of the Political Language of the Left Movement in Russia	Порецкова Анастасия Анатольевна	Доцент департамента политики и управления НИУ ВШЭ, кандидат политических наук

31	Раздрогова Виктория Андреевна	Влияние "Top of mind" инфлюенсеров на репутацию банка	The Impact of "Top of Mind" Influencers on The Bank's Reputation	Прищепко Сергей Анатольевич	Руководитель отдела по работе с маркетплейсами и службами доставки ООО "Табер Трейд"
32	Романова Мария Алексеевна	Инструменты продвижения помогающих профессий: коммуникационная стратегия продвижения психологического центра ProОтношения	Promoting Tools Assisting Profession: Communication's Promotion Strategy For Psychological Centre ProOtnosheniia	Лукаш Лилия Анатольевна	Руководитель психологического центра «PRO Отношения», кандидат психологических наук
33	Савельева Анна	«ESG-трансформация российских компаний: коммуникационная стратегия социальных проектов на примере Госкорпорации Росатом»	«ESG-transformation of Russian Companies: Communication Strategy of Social Projects on the Example of the State Corporation Rosatom»	Шимбирев Константин Юрьевич	Директор по работе с клиентами ООО "КД"
34	Селезнева Ангелина Станиславовна	Коммуникационная стратегия салона красоты на примере салона красоты «МОНЕ»	Communication Strategy of a Beauty Salon on the Example of the Beauty Salon "MONET"	Хабарова Светлана Сергеевна	Главный специалист Государственной Третьяковской галереи
35	Сидорова Алиса Евгеньевна	Особенности репрезентации стран Ближнего Востока в российских новостных медиа	Features of the Representations of the Middle East Countries in Russian News Media	Сапонова Анастасия Владимировна	Преподаватель, аспирант факультета социальных наук департамента социологии кафедры анализа социальных институтов НИУ ВШЭ

36	Сидорова Анна Юрьевна	Онлайн образование: коммуникационная стратегия для сервиса изучения иностранных языков на примере сервиса Lingualeo	Online Learning: Communication Strategy for the Foreign Language Learning Service on the Example of Lingualeo.com	Шимбирев Константин Юрьевич	Директор по работе с клиентами ООО "КД"
37	Суворова Марина Олеговна	Благотворительность: как деятельность фонда «Вклад в будущее» влияет на узнаваемость бренда Сбер	Charity: How "Investment to the Future" Foundation' Activities impact on Sber Brand Awareness	Ядова Екатерина Николаевна	Исполнительный директор Благотворительного фонда Сбербанка "Вклад в будущее"
38	Сюй Инхань	Роль мерчендайзинга оффлайн и онлайн в пост-ковидных условиях.	The Role of Offline and Online Merchandising in Post-COVID Conditions	Мамина Ксения Леонидовна	Приглашенный преподаватель Школы коммуникаций
39	Хрипина Марина Валерьевна	Продвижение российского бизнеса на международном рынке на примере бренда Joosteam	Promotion of Russian Business on the International Market on the Example of the Brand Joosteam	Мамина Ксения Леонидовна	Приглашенный преподаватель Школы коммуникаций
40	Чэнь Шунин	Апелляция к индивидуальным и коллективным интересам в сообщениях о вакцинации против Covid-19	Individual and Collective Interests in Messages about COVID-19 Vaccination	Давыдов Сергей Геннадьевич	Доцент, к.ф.н. факультета социальных наук, департамента социологии НИУ ВШЭ

41	Щеголева Прасковья Олеговна	Построение образа политика в интернете как часть маркетинговой стратегии	Building an Image of a Politician on the Internet as Part of a Marketing Strategy	Борисова Светлана Николаевна	Креативный директор, консультант по бренд- коммуникациям союза "С'Artel"
42	Юдченко Анна Юрьевна	Digital- стратегии продвижения брендов противотревож ных ОТС- препаратов на фармацевтичес ком рынке (бренд Эвалар)	Digital Strategies for Promoting Brands of Anti- anxiety OTC Drugs in the Pharmaceutical Market (Evalar Brand)	Гнускина Александра Александровн а	Директор по работе с клиентами и развитию бизнеса в компании ООО «Кедр МР», Executive MBA