



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).

Академический руководитель
образовательной программы
«Интегрированные коммуникации»

Л.Е. Грязева

Список рецензентов выпускных квалификационных работ студентов

№ 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	Алубаева Татьяна Сергеевна	Изменение коммуникационной стратегии бренда 12 STOREEZ в связи с переходом из middle-up в premium сегмент	Changing the Communication Strategy of the 12 STOREEZ Brand Due to the Transition from Middle-up to Premium Segment	Багадова Айшат Шамильевна	Руководитель отдела маркетинга Ювелирного Дома
2	Арнаут Валерия	Выход EdTech-компании на зарубежный рынок (на примере компании Algoritmika в Латинской Америке)	The Entry of an EdTech Company into the Foreign Market (Using the Example of the Company Algoritmika in Latin America)	Паринова Полина Александровна	Руководитель проектов направления «Инженерия», ЧОУ ДПО «Образовательные технологии «Скилбокс (Коробка навыков)»
3	Бобровская Елизавета Романовна	Гендерная проблематика рекламной продукции в России	Gender Issues in Russian Advertising	Калабина Дарья Дмитриевна	Коммуникационный стратег, агентство «Восход»
4	Бороздина Дарья Евгеньевна	Продвижение стратегических консалтинговых агентств на рынке Российской Федерации на примере Human Code	Promotion of Strategy Consulting Agencies on Russian Market on Example of Human Code	Богдан Вадим Евгеньевич	Директор по стратегии, ООО «БЭЛЛХЭД» (Heads effective branding)
5	Бочкова Ангелина Владимировна	Коммуникационные стратегии по привлечению молодежи для крупного онлайн ритейлера на российском рынке (на примере СберМаркета)	Communication strategies to attract young people for a large online retailer on the Russian market (using the example of SberMarket)	Гусева Полина Дмитриевна	Преподаватель, кафедра методов сбора и анализа социологической информации, департамент социологии ФСН, НИУ ВШЭ
6	Веснина Полина Егоровна	Актуальные тенденции использования пиар-инструментов в области продвижения кинематографических фестивалей в России	Current Trends in the Use of PR Tools in the Promotion of Film Festivals in Russia	Погосян Анна Вагинаковна	Главный исполнительный директор, коммуникационное агентство ООО «Зупер»
7	Гамаев Никита Олегович	Продвижение отечественных компьютерных инди-игр на международном рынке	Promotion of Local PC Indie Games on International Market	Еременко Юлия Александровна	Научный сотрудник, Центр нейроэкономики и когнитивных исследований
8	Епищенко Алексей Леонидович	Особенности коммуникации премиальных китайских автомобильных брендов через лидеров мнений с российскими потребителями на примере бренда Hongqi	Features of Communication between Premium Chinese Automobile Brands through Opinion Leaders with Russian Consumers Using the Example of the Hongqi	Самоволева Светлана Александровна	Доктор экономических наук, старший научный сотрудник, Центральный экономико-математический институт Российской академии наук
9	Иванова Елена Владимировна	Коммуникационная стратегия продвижения объектов элитной жилой недвижимости в России	The Communication Strategy for the Promotion of Luxury Residential Real Estate in Russia	Погосян Анна Вагинаковна	Главный исполнительный директор, коммуникационное агентство ООО «Зупер»
10	Кальченко Дмитрий Сергеевич	Методологические проблемы определения креативной рекламы на примере восприятия рекламных видеороликов представителями поколений Y и Z	Methodological issues in defining creative advertising using the example of how representatives of Generations Y and Z perceive advertising videos	Самоволева Светлана Александровна	Доктор экономических наук, старший научный сотрудник, Центральный экономико-математический институт Российской академии наук
11	Клышниковая Юлия Андреевна	Коммуникационная стратегия глянцевого издания (на примере The Voice)	The Communication Strategy of a Glossy Publication (using the Voice as an Example)	Бакирова Анна Тимуровна	Менеджер по работе со СМИ, ЗАО «Группа компаний С7»
12	Корнева Полина Андреевна	Стратегия работы с внутренними аудиториями крупных корпораций в условиях кризиса	Strategy of Working with Internal Audiences of Large Corporations in a Crisis	Кузнецова Полина Павловна	Руководитель направления инноваций, ООО «АГЕНТСТВО АЙ-КОМ»
13	Красовская Полина Александровна	Коммуникационные стратегии продвижения российских брендов одежды на примере MORELY	Promotion Strategies for the Russian Fashion Brands in the Case of MORELY	Смолева Виктория Евгеньевна	Бренд-стратег, маркетинговый консультант, независимый эксперт, предприниматель
14	Краюшкина Софья Максимовна	Специфика коммуникации брендов на рынке рецептурных лекарств	Brand Communications in the OTC Drug Market	Хохлов Алексей Олегович	Руководитель отдела, Директор по направлению качественных исследований Компания ООО «Research Group SA»
15	Курдова Алёна	Современная экологическая повестка в коммуникациях российских экологических организаций	Modern Environmental Agenda in Communications of Russian Environmental Organisations	Кузнецова Полина Павловна	Руководитель направления инноваций, ООО «АГЕНТСТВО АЙ-КОМ»
16	Макеева Екатерина Александровна	Специфика потребительского поведения при покупках в мобильных приложениях брендов, на примере мобильного приложения «Подружка»	Consumer Behaviour Specifies while Buying through Mobile Apps on Example of the Example of Podruzka Mobile App	Литвинова Наталья Владиславовна	Руководитель отдела ценообразования, ООО «Табер трейд»
17	Мащенко Ксения Андреевна	Коммуникационная стратегия продвижения объектов недвижимости класса делюкс на примере Клубного дома OPUS	Communication Strategy for the Promotion of Deluxe Real Estate on the Example of the OPUS Club House	Паринова Полина Александровна	Руководитель проектов направления «Инженерия», ЧОУ ДПО «Образовательные технологии «Скилбокс (Коробка навыков)»

18	Мельникова Анна Анатольевна	Коммуникационная стратегия для аудиокниг в России (на примере Bookmate)	Communication Strategy for Audiobooks in Russia (on Example of Bookmate)	Борисова Светлана Николаевна	Креативный директор, консультант по бренд-коммуникациям, «С'arts»
19	Михеева Карина Евгеньевна	Реструктуризация рынка музыкальных стриминговых сервисов России. Стратегия лидерства на примере сервиса МТС Музыка	Redistribution of the Russian Music Streaming Services Market. Leadership Strategy on the Example of the MTS Music Service	Солопов Юрий Романович	Советник Вице-президента по рекламным технологиям, ПАО «МТС»
20	Мкртумян Нане Давитовна	Коммуникационная стратегия российской онлайн-магистратуры на рынке Армении	Communication Strategy for Online Magisters Program in Armenia	Самоволева Светлана Александровна	Доктор экономических наук, старший научный сотрудник, Центральный экономико-математический институт Российской академии наук
21	Моженкова Александра Павловна	Стратегия продвижения психологического сервиса в СМИ и Telegram на примере Buda	Communication Strategy for Promoting Psychological Service in Media and Telegram	Кабашева Варвара Александровна	PR-директор ООО «БУДУ» (BUDU)
22	Небогова Мария Константиновна	Коммуникационные стратегии музыкальных сервисов в России (на примере Яндекс Музыка)	Communication Strategies of Music Streaming-Services in Russia (Based on the Example of Yandex.Music)	Кунчис Татьяна Валерьевна	Руководитель группы клиентского сервиса, ООО «С-Маркетинг» (СберМаркетинг)
23	Николаева Елена Владимировна	Апелляция к ценностям потребителей в коммуникации брендов в сегменте slow fashion	Appeals to Consumer Values in Brand Communications in the Slow Fashion Segment	Кузнецова Полина Павловна	Руководитель направления инноваций, ООО «АГЕНТСТВО АЙ-КОМ»
24	Остапенко Анна Сергеевна	Антикризисные коммуникационные стратегии маркетплейсов в России (на примере компании «Яндекс Маркет»)	Anti-Crisis Communication Strategies of Marketplaces in Russia (the Case of «Yandex Market»)	Бадма-Гаряева Александра Николаевна	Старший эксперт по планированию рекламы в СМИ, «Агентство IKS»
25	Пеленская Анастасия Павловна	Апелляция к эмпатии в просоциальных коммуникационных сообщениях против домашнего насилия	Appeal to Empathy in Prosocial Communication Messages Against Domestic Violence	Соловьев Иван Владимирович	Преподаватель, Департамент операционного менеджмента и логистики, Высшая школа бизнеса, НИУ ВШЭ
26	Попова Валерия Михайловна	Коммуникационные стратегии российских fashion-брендов сегмента люкс в условиях ухода международных брендов с российского рынка (на примере бренда Valentin Yudashkin)	Communication Strategies of Russian Luxury Fashion Brands Regarding the Withdrawal of International Brands from Russian Market (the Case of Brand Valentin Yudashkin)	Лапина Мария Станиславовна	Директор по маркетингу и рекламе, ООО «Наставник»
27	Рогова Дарья Сергеевна	Особенности и тренды коммуникации с современными родителями на примере рекомендаций для подписки МТС Junior	Features and Trends of Communication with Modern Parents on the Example of Recommendations for MTS Junior Subscription	Солопов Юрий Романович	Советник Вице-президента по рекламным технологиям, ПАО «МТС»
28	Саенко Анна Григорьевна	Клиентский путь потребителя образовательных продуктов и стратегия доведения до покупки на примере ДПО «Контент-Маркетинг в digital на практике - от сообществ в социальных медиа до спецпроектов с инфлюенсерами»	The Customer Journey of a Consumer of Educational Products and the Strategy for Bringing Them to Purchase Using the Example of the Additional Professional Education «Content Marketing in Digital in Practice - from Communities in Social Media to Special Projects with Influencers»	Карпова Олеся Павловна	Начальник отдела продвижения онлайн-проектов, НИУ ВШЭ
29	Сакаева Виктория Ринадовна	Продвижение бренда музея на примере Государственной Третьяковской галереи	The State Tretyakov Gallery as an Example of Museum Brand Promotion Strategy	Хуртина Валерия Алексеевна	Руководитель пресс-службы, ФГБОУ ВО «РОСБИОТЕХ»
30	Скачкова Анастасия Дмитриевна	Коммуникационная стратегия продвижения бренда-медиа Школы коммуникаций НИУ ВШЭ	Communication Strategy for Brand-Media Promotion of the School of Communications of the National Research University Higher School of Economics	Арнес Адель Александровна	Продюсер компаний и первых лиц, предприниматель
31	Соловьева Александра Александровна	Продвижение бренда музея на примере музея им Пушкина	Museum Brand Promotion on the Example of the Pushkin State Museum of Fine Arts	Хуртина Валерия Алексеевна	Руководитель пресс-службы, ФГБОУ ВО «РОСБИОТЕХ»
32	Сукачева Светлана Кирилловна	Современные каналы продвижения модных брендов в условиях массового ухода глянцевого издания и блокировки ведущих социальных платформ	Modern Channels for the Promotion of Fashion Brands in the Conditions of Mass Withdrawal of Glossy Magazines and Blocking of Leading Social Platforms	Лапина Мария Станиславовна	Директор по маркетингу и рекламе, ООО «Наставник»
33	Тимуш Богдан	Корейская волна как фактор формирования отношения российской аудитории к Южной Корее	The Korean Wave as a Factor in Shaping the Russian Audience's Attitude to South Korea	Погосян Анна Вагинаковна	Главный исполнительный директор, коммуникационное агентство ООО «Зупер»
34	Топал Кристина Ивановна	Особенности коммуникационных стратегий бьюти-брендов на российских маркетплейсах	Features of Beauty Brands' Communication Strategies in Russian Marketplaces	Носов Игорь Андреевич	Руководитель отдела по работе с маркетплейсами, ООО «Белый Ветер»
35	Тумасян Артур Ашотович	Специфика цифровой коммуникации российских политиков-популистов в рамках проведения предвыборной кампании	The Specifics of Digital Communication of Russian Populist Politicians in the Framework of the Election Campaign	Детярева Елизавета Борисовна	Менеджер по связям с общественностью, ООО «Байкальская Коммуникационная Группа» (Baikal Communications Group)

36	Устинова Анастасия Вадимовна	Коммуникационная стратегия образовательного бренда на примере Яндекс Практикум	Educational Brand Communication Strategy on example of Yandex Practicum	Осинова Татьяна Викторовна	Бренд-директор, ООО «СЕТТЕРС МЕДИА» (SETTERS Media)
37	Фильчикова Виктория Васильевна	Разработка позиционирования бренда маркетплейса, на примере компании «МегаМаркет»	Elaboration of Marketplace Brand Positioning using the Example of MegaMarket Company	Кашуба Анастасия Валерьевна	Ведущий стратег, ООО «С-Маркетинг» (СберМаркетинг)
38	Шпицонкова Дарья Игоревна	Коммуникационная стратегия для бренда уходовой косметики JALUS	Communication Strategy for Skincare Cosmetics Brand JALUS	Айвазян Карина Арменовна	Генеральный директор, бренд уходовой косметики «JALUS»
39	Щукина Анна Андреевна	Коммуникационная стратегия ESG-проектов компании Северсталь	Communication strategy for ESG-projects of Severstal company	Соловьев Иван Владимирович	Преподаватель, Департамент операционного менеджмента и логистики, Высшая школа бизнеса, НИУ ВШЭ