

УТВЕРЖДЕН  
решением ученого совета Института  
государственной службы и управления  
Протокол № 1  
от «17» августа 2023 г

**Направление подготовки 42.03.02 Журналистика**

**Направленность (профиль) «Деловая журналистика»**

**Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ.**

1. Бизнес-моделирование деловых средств массовой информации
2. Освещение развития некоммерческого сектора в средствах массовой информации
3. Проблемы информационной открытости некоммерческих
4. организаций-поставщиков услуг в социальной сфере
5. Информационно-коммуникативные технологии в деятельности благотворительных организаций
6. Технологии продвижения услуг социально-ориентированных некоммерческих организаций в Интернет
7. Возможности социальной рекламы для продвижения проектов и услуг социально-ориентированных некоммерческих организаций
8. Проблемы размещения социальной рекламы некоммерческих организаций на телевидении
9. Практики размещения социальной рекламы некоммерческих организаций в региональных средствах массовой информации
10. Зарубежные практики информационной поддержки благотворительных организаций
11. Публичная отчетность социально ориентированных некоммерческих организаций как механизм информационной открытости
12. Практики корпоративной социальной ответственности бизнеса в России
13. Методология составления рейтингов в деловых средствах массовой информации
14. Формат деловой радиостанции в российском медиапространстве
15. Специфика рубрикатора в печатных деловых средствах массовой информации
16. Жанр авторской колонки в печатных деловых средствах массовой информации
17. «История успеха» как жанр делового издания
18. Освещение медицинской проблематики в российских деловых
19. средствах массовой информации
20. Образ предпринимателя в российских глянцевого изданиях
21. Видеоинтервью с предпринимателем как жанр деловой журналистики
22. Креативные индустрии в освещении деловых средств массовой информации
23. Способы монетизации авторского контента в деловых видеоблогах
24. Цифровые стратегии создания медиабизнеса
25. Влияние деловых медиа на уровень экономической культуры аудитории
26. Влияние деловых медиа на уровень вовлеченности аудитории в бизнес-процессы
27. Информационная борьба корпоративных средств массовой информации на примере...
28. Особенности освещения экономических проектов в российской и зарубежной деловой прессе на примере...
29. Особенности освещения экономических проблем в деловых медиа на примере...
30. Освещение экономической проблематики в деловых средствах массовой информации (российских и/или зарубежных на примере)
31. Трудовая миграция в информационной повестке России/ Соединенных Штатов Америки/ стран Европейского союза
32. Продвижение медийного продукта и информационный рынок
33. Кредитно-денежная система в информационном медиапространстве

34. Роль средств массовой информации в формировании образа банка
35. Экономика России в мировом информационном пространстве
36. Приемы вербальной эффективности в корпоративных средствах массовой информации
37. Деловые и корпоративные издания как дискурсивная система
38. Потребительское лингвистическое кодирование публицистического текста
39. Языковые приемы эффективности экономического издания
40. Жанровые различия текстов экономических, отраслевых и корпоративных изданий.
41. Психолингвистические инструменты реализации массового делового дискурса
42. Корпоративная и интеграционная миссии деловых медиа: особенности текста
43. Приемы влияния деловых изданий на внешнюю целевую аудиторию
44. Особенности дискурса журналистских экономических расследований
45. Стилистические и лингвистические особенности деловых медиа
46. Специфика медиапотребления в цифровой среде
47. Digital-стратегии современных медиа (на примере деловых средств массовой информации)
48. Digital-стратегии в конвергентных деловых средствах массовой информации
49. Инструменты продвижения контента в современных деловых средствах массовой информации
50. Videоблогинг как канал продвижения контента
51. Подкастинг в современных деловых медиа
52. Мультимедийный контент в деловых медиа: жанры, форматы, инструменты.
53. Формирование и развитие экосистемы в медийном пространстве (на примере «Сбера»)
54. Трансформация контента деловых медиа в цифровой среде.
55. Массмедиа и конструирование социальных проблем
56. Основные проблемы социологического измерения информационного комфорта личности
57. Ангажированность журналиста и личный выбор
58. Региональные аспекты журналистской деятельности при глобальных мировых процессах
59. Роль блогосферы в формировании медиареальности.
60. Лексические средства выразительности в журналистских публикациях на экономическую тему (на материале массовых или специализированных изданий).
61. Особенности отражения образа России в современной деловой прессе Соединенных Штатов Америки
62. Особенности структуры вещания делового радио (на примере «Бизнес ФМ»).
63. Специфика сквозного вещания делового телеканала (на примере РБК)
64. Анализ тенденций использования юмористических приемов в имиджевых кампаниях в современном медиaprостранстве...
65. Специфика стиля подачи материала («tone of voice») в пиар и рекламных кампаниях.
66. Типология образов ведущих экономических рубрик и программ на телевидении
67. Анализ новых методик в современных пиар-кампаниях
68. Особенности речевых приемов, используемых в рекламных кампаниях
69. Особенности выстраивания имиджа в позиционировании бренда
70. Анализ «принципа многослойного построения» контента (сочетание разностилевых элементов) на примере роликов Russian Cyberpunk Farm.
71. Концепция «слоу лайф» (размеренного течения жизненных процессов) как актуальный тренд в пиар-кампаниях.
72. Вопросы диверсификации российской экономики в деловой журналистике
73. Освещение в деловой журналистике состояния малого бизнеса в России

74. Коррупционная тематика в российской деловой журналистике
75. Вопросы повышения качества жизни в российской деловой журналистике
76. Анализ путей решения демографических проблем России в деловой журналистике
77. Раскрытие оснований миграционной политики России в деловой журналистике
78. Отражение в деловой журналистике экологических проблем российских городов и наметившихся путей их преодоления
79. Освещение в деловой журналистике путей предотвращения появления бездомных в России
80. Обсуждение в деловой журналистике социально ориентированных способов налогообложения
81. Роль деловой журналистики в преодолении синдрома «Ковидной пандемии»

**Примерные темы выпускных квалификационных работ, выполняемых совместно:**

1. Способы и каналы монетизации контента в корпоративных средствах массовой информации
2. Трансмедийные проекты на российском медиа рынке в условиях конвергентности
3. Потенциал развития рынка цифровых форматов инфотейнмента
4. Современные способы расчета эффективности рекламы в интернете
5. Контекстная реклама как драйвер доходности «новых медиа»
6. Модели рекламных изданий и особенности их медиаменеджмента
7. Медийное брендинг спортивного соревнований
8. Бизнес-модели цифровых средств массовой информации
9. «Фейковые новости»: эффекты воздействия и факторы риска
10. Сторителлинг, как новый формат цифровой журналистики
11. Гибридизация жанров в средствах массовой информации (на конкретном примере)
12. Экономическое планирование медиапроекта: проблемы и факторы риска (на конкретном примере)
13. Потенциал «новых медиа» в формировании имиджа политического лидера
14. Компаративный анализ российской и российской медиасистем.