**Приложение А**

**Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Планирование и реализация коммуникационных кампаний»**

1. Применение креативных технологий в рекламной кампании (на примере конкретного субъекта).
2. Разработка рекламной кампании по формированию имиджа фирмы (на примере конкретного субъекта).
3. Планирование рекламной кампании для сегмента B2B (на примере конкретного субъекта).
4. Разработка рекламной кампании для радиотелевизионной кампании (на примере конкретного субъекта).
5. Разработка рекламной кампании по продвижению бренда средствами рекламно-коммуникационных инструментов (на примере конкретного субъекта).
6. Использование гендерных стереотипов в разработке рекламной кампании (на примере конкретного субъекта).
7. Использование аромомаркетинговых технологий в рекламной кампании (на примере конкретного субъекта).
8. Планирование рекламной кампании по продвижению организации в социальных сетях (на примере конкретного субъекта).
9. Разработка рекламной кампании с целью поддержки выставочной деятельности организации (на примере конкретного субъекта).
10. Планирование рекламной кампании в офлайн среде (на примере конкретного субъекта).
11. Семиотика рекламного пространства как инструмент коммуникационной кампании торговой фирмы (на примере конкретного субъекта).
12. Разработка рекламной кампании по продвижению фирменного стиля организации (на примере конкретного субъекта).
13. Использование инструментов интернет-коммуникаций в рекламной кампании (на примере конкретного субъекта).
14. Планирование рекламной кампании средствами BTL-коммуникаций (на примере конкретного субъекта).
15. Планирование рекламной кампании ребрендинга организации (на примере конкретного субъекта).