**Попов С.А.**

**Темы курсовых и дипломных работ**

1. Анализ современной практики работы со СМИ в государственных (муниципальных) органах власти.
2. Методы формирования положительного общественного мнения об организации (опыт конкретных компаний).
3. Морально-этический аспект деятельности PR-специалиста.
4. PR как функция менеджмента в практике работы государственной (муниципальной) структуры.
5. PR как функция менеджмента в практике работы организации (на конкретном примере).
6. PR как функция менеджмента во время предвыборной кампании.
7. GR в деятельности коммерческой организации (на конкретном примере).
8. Связи с общественностью в сфере образования (на примере конкретного региона РФ).
9. Связи с общественностью в сфере здравоохранения (на примере конкретного региона РФ)
10. Связи с общественностью в молодёжной политике (на примере конкретного региона РФ)
11. Современная практика проведения пресс-конференций (на конкретных примерах).
12. Социальные функции связей с общественностью.
13. Сравнительный анализ деятельности пресс-служб коммерческих и государственных организаций.
14. Связи с общественностью в политических партиях и движениях.
15. Место отделов по связям с общественностью в организационной структуре корпораций, государственных и общественных институтов.
16. Связи с общественностью в силовых структурах (на конкретном примере).
17. Сравнительный анализ деятельности PR-подразделений органов государственной власти Центрального Черноземья.
18. Социальная реклама в PR-деятельности органов государственной власти и местного самоуправления (на конкретном примере).
19. Пресс-релиз как основной жанр PR-текста в деятельности PR-подразделений организаций разных форм собственности (на конкретном примере).
20. Особенности профессий в сфере связей с общественностью.
21. Планирование и отчетность в деятельности PR-подразделения организации.
22. Финансово-экономические аспекты PR-деятельности.
23. Место мониторинга СМИ в деятельности PR-подразделений органов государственной власти и местного самоуправления.
24. Место и роль социологических исследований в деятельности PR-подразделений организаций.
25. Способы оценки эффективности работы PR-подразделения организации (на конкретном примере).
26. Медиатексты и их функционирование в PR-коммуникациях.
27. Функционирование PR-информации в публичных коммуникациях.
28. Особенности работы PR-подразделения организации в период кризиса.
29. Особенности современного рынка PR-услуг в Воронежской области (или на примере другого региона Центрального Черноземья).
30. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
31. Информационное продвижение волонтерской деятельности.
32. Информационное сопровождение деятельности силовых структур.
33. Связи с общественностью в социокультурной сфере.