

«Связи с общественностью, реклама и медийные технологии в деятельности
государственных структур»

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	Итог Баллы
105	«Тотальный экзамен: правила жизни».	Красноярск	54
104	«Оптимизация digital-технологий в коммуникационной практике Законодательного Собрания Пермского края».	Пермь	30
103	«Связи с общественностью» в представлениях государственных и муниципальных служащих (молодых специалистов) органов власти Калужской области».	Калуга	28
107	«HELP или помощи себе сам».	Москва	26

«Связи с общественностью, реклама и медийные технологии в бизнесе».

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	Итог Баллы
201	«Позиционирование Мастерской ремесленного шоколада «MaRussia» с помощью первого специализированного магазина ремесленного шоколада «MaRussia» на Тамбовском городском рынке».	Тамбов	44
227	«Создание и PR-продвижение бренда «Ёёлка»	Хабаровск	42
206	«Сокрушительный SMM».	Челябинск	38
232	«Рекламодатель в Instagram: алгоритм эффективных решений»	Москва	24
208	«HR-брендинг: механизм успешного управления репутацией компании».	Пермь	22
231	«Продвижение бара «BARDAY» через настольные игры».	Томск	20
225	«Продвижение студии йоги «Асонна йога».	Красноярск	19
224	«Разработка PR – кампании для Промсвязьбанка»	Москва	18
228	«Региональный конкурс производителей пищевой продукции в Дальневосточном федеральном округе России «Премия Дальневосточный Эталон»	Хабаровск	18
203	«Внутренние коммуникации для малого бизнеса».	Москва	16
222	«Драгоценное искусство» для сети ритейла ювелирной продукции «Московский Ювелирный Завод».	Москва	16
226	«Продвижение агентства для влюбленных «Дари поступок».	Красноярск	16
219	«#СоздаваяБудущее - PR-кампания для автомобильного бренда «Audi».	Москва	12
230	«Здоровое питание - здоровая жизнь!»	Томск	10
202	«Продвижение продукции ООО «Белевские сладости» в г. Екатеринбурге».	Екатеринбург	8
214	Разработка PR-кампании «Barbie в сердце столицы!»	Москва	8
215	«Разработка рекомендаций по совершенствованию PR-деятельности гипермаркета «Глобус» на рынке FMCG».	Москва	8
216	«Разработка PR-кампании для ГК «ПИК».	Москва	8
217	«PR-кампания для компании «Лаборатория Касперского».	Москва	8
218	«Разработка PR-кампании на рынке продуктового ритейла для компании «Азбука Вкуса»	Москва	8

205	«Мировой» кинотеатр»: продвижение городского кинотеатра «Мир».	Казань	6
209	«Рациональная или эмоциональная маркетинговая стратегия в сегменте B2B: анализ компании IBM».	Москва	6
221	«Рекламная технология вывода бренда на новый рынок».	Москва	6
223	«Расцветай с М.А.С - Разработка рекомендации по проведению PR-кампании в сфере ритейла косметических средств».	Москва	6
211	«Система СПб - знает как делать не только технику, но и PR- акции».	Великий Новгород	4

**«Связи с общественностью, реклама и медийные технологии
в социальной сфере».**

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	ИТОГ
307	«БРЕНД-ИВЕНТ: перезагрузка».	Кемерово	50
304	«Квест «Mysterious City».	Нижний Новгород	42
309	«Благотворительная ярмарка АО «Кировские коммунальные системы».	Киров	28
303	«Народная мудрость разных этносов: к единству через различия»	Москва	22
305	«Не доведи до аборта!»	Вологда	18
301	«Охххуген».	Химки	14
306	«Повышение уровня культуры проезда жителей России в общественном транспорте».	Хабаровск	14
302	«Проект мобильного приложения по исполнению желаний «ОЛЕ ЛУКОЙЕ».	Химки	6

**«Связи с общественностью, реклама и медийные технологии в области
политических и избирательных технологий».**

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	ИТОГО баллы
403	«Проект, направленный на повышение электоральной активности студенческой молодежи #СТУДЕНТ_ГОЛОС✓ЕТ».	Вологда	46
407	«Студенческие выборы в императорском университете».	Томск	35
406	«Летняя школа для юных избирателей «Право выбора – 2016».	Абакан	28
405	«Специфика PR-технологий в избирательных кампаниях Эво Моралеса на пост президента Боливии».	Москва	24
401	«Формирование имиджа молодого политического деятеля на современном телевидении».	Москва	8
402	«Политическое ток-шоу «Инициатива».	Челябинск	6
404	«Совершенствование PR-деятельности для сенатора Псковской области Борисова А.А. в сфере политики».	Москва	6

**«Теория и методология в области связей с общественностью, рекламы и
медийных технологий»**

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	ИТОГО баллы
511	«Технология «трансмедиа сторителлинг» как интегрированный инструмент коммуникаций».	Москва	62
505	«Блогеры и их сотрудничество с брендами».	Москва	6
515	Медиамам: новые горизонты массовой коммуникации	Москва	55

507	«Откровенный разговор: частное как публичное в личных PR-кампаниях музыкальных исполнителей».	Москва	47
513	«Ребрендинг образовательных учреждений на примере Тихоокеанского государственного университета».	Хабаровск.	46
503	«Продвижение ювелирных изделий посредством продакт плейсмента в современном кинематографе».	Москва	38
508	«Сторителлинг в PR и рекламе: теория, методология, практика»	Санкт-Петербург	32
510	«Как французы учили нас Родину любить».	Пермь	32
514	«ТГУ сквозь PRISM”У великих художников».	Томск	22
516	Методика оценки эффективности туристической рекламы на основе динамики визуальных образов	Москва	21
512	«Выявление влияния музыкального сопровождения рекламного ролика на потребителя».	Киров	19
502	«PR-мышление в условиях новой экономики и бизнеса».	Челябинск	16
504	Инструменты продвижения некоммерческих проектов в сети интернет: современные тренды».	Москва	15

**«Связи с общественностью, реклама и медийные технологии в
международной сфере - имидж России».**

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	ИТОГ
601	«GeoPin» Всероссийский с международным участием конкурс студенческих видеороликов по геобрендингу».	Пермь	57
602	«Туристическое позиционирование региона (по материалам пресс-тура по Пермскому краю).	Москва	42
603	«Решение туристических и гостиничных проблем области».	Заволжье	12
604	«Baikal Go».	Иркутск	35
605	«Экскурсия на тиграх и медведях».	Хабаровск	24
606	«Знай свою Родину – Сибирь!».	Красноярск	14
607	«ТГУ сквозь PRISM”У великих художников».	Томск	4

**«Связи с общественностью, реклама и медийные технологии в сфере образования,
науки и инновационной деятельности».**

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	Количество баллов
808	«WEEKEND технологического предпринимательства на Волге»: событийные технологии как инструмент популяризации технологического предпринимательства среди студенческой молодежи».	88
823	«Продвижение Олимпиады «СМОРодина» как продвижение русского языка».	74
822	«Медиа-группа Сибирского государственного аэрокосмического университета им. акад. М.Ф. Решетнёва «АэроСМИ».	62
814	«ОБРАЗОВАНИЕ без границ».	56
810	«Моя научная сеть».	48
827	«Студенческий Медиациентр ХГУЭП».	46
805	«Концепция вузовской радиопрограммы «ИМО IS CALLING» как средство продвижения образовательных услуг в Ставропольском крае».	42
809	Зажигаем звезды (PR- проект создания условий профессиональной карьеры выпускников вуза)».	36

817	«StudLife MEDIA».	36
828	«Восхождение на гору Пиар-Актру».	36
829	«Каждый студент должен знать, в чём участие принять!»	34
819	«Я с #myганера».	33
834	«Разработка Коммуникационной политики Центра исследования Сибири «Транссибирский научный путь» в социальных сетях».	32
826	«P a R t y».	28
831	«Созвездие выпускников. Создание интегрированной коммуникационной интернет-площадки кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ для выпускников по направлению «Реклама и связи с общественностью».	26
830	«Кампания по SSM-продвижению Открытого кубка ТГУ по интеллектуальным играм U-Mind Games».	24
832	«Продвижение бренда КГПУ им. В. П. Астафьева холдингом студенческих СМИ КГПУ «Livemedia».	24
812	«Media Group Гвоздь».	22
803	«Разработка фирменного стиля и его носителей, для организации коммуникационной деятельности ВУЗа на примере ФГБОУ ВО ХГУЭП».	20
804	«Digital-рекламист. Мое будущее — моя профессия».	20
7	«#всёPRосто».	20
813	«Городская интеллектуальная игра «Элементарно!»	18
825	«Завтра - это ты».	18
801	«Интегрированная кампания по продвижению инновационно-производственного технопарка «Идея».	16
802	«Наше единство».	16
806	«Формирование имиджа вуза в контексте digital PR».	16
818	«Гуманистическое переосмысление концепций трансгуманизма в PR-стратегии дискуссионного клуба "Т-human».	16

«Связи с общественностью реклама и медийные технологии в спорте».

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	Итого
901	«Трансформация жизни. PR-проект информационного сопровождения фитнес-марафона».	Ульяновск	28
902	«Волонтеры русской культуры».	Красноярск	20
904	«Омск – хоккейное сердце России».	Томск	18
905	«Проект по продвижению красноярской спортивной газеты «Стадион».	Красноярск	17
903	«Вперед за круглым мячом Чемпионата мира».	Хабаровск	8

«Связи с общественностью, реклама и медийные технологии в области культуры и искусства».

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	Итого
1007	«Книжка с картинками».	Томск	34
1008	«Организация проведения регионального тура Всероссийского поэтического фестиваля «Мцыри».	Хабаровск	34

1002	«Пиар-стратегии и технологии в продвижении проекта «МЫ - ЮНОСТЬ»».	Симферополь	20
1005	«Черкасов: молодёжь должна помнить».	Красноярск	20
1009	«Ходи в библиотеку сидя дома!» Привлечение студентов к использованию электронных ресурсов НБ ТГУ».	Томск	18
1001	«Книга в жизни современной молодежи России».	Хабаровск	14
1010	«Продвижение детского объединения «Декоративная роспись» посредством создания цифровых визуальных образов».	Томск	10
1003	«Библиочит – читальня нового времени».	Нижний Новгород	6
1004	«Волонтеры русской культуры».	Красноярск	6

«Crystal GR».

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	Итого баллы
1201	GR-коммуникации в модели «B2G» на примере конфликта интересов органов власти и телекомпании «РТВ-7»	Томск	36

«Год российского кино продолжается».

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	ИТОГО баллы
1302	Кинопавильон «Россия»	Москва	34
1308	«PR-сопровождение торжественной церемонии открытия и создание положительного имиджа сквера «Любовь и голуби» в Великом Новгороде»	Великий Новгород	30
1310	Детская киношкола «КИНОkids» в г. Киров_как площадка для самореализации школьников	Киров	28
1303	Продвижение ювелирных изделий посредством продакт плейсмента в современном кинематографе.	Москва	18
1304	«Мировой» кинотеатр»: продвижение городского кинотеатра «Мир»	Казань	12
1301	«Преврати путешествие в киноленту»	Санкт-Петербург	10
1306	«Российский рынок рекламы в кинотеатрах: от состояния к перспективам развития	Москва	10
1305	Применение игрофикации в продвижении онлайн-кинотеатра на примере сервиса Netflix	Москва	6

«Москва – город удобный для жизни».

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	Итого баллы
1402	#Маршрут_истории	Москва	49
1403	Улицы Москвы	Москва	30
1401	Основные тренды развития Москвы как глобального города	Москва	14

«Информационное сопровождение судебных процессов».

Регистр. №	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	ГОРОД	Итог
1601	« PR - способ воздействия на исход судебного решения?»	Москва	44