

**Тематика дипломних проєктів для студентів
спеціальності 061 Журналістика
(ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю»)
на 2023-2024 н.р.**

1. Розробка сайту кафедри журналістики, реклами та PR-технологій НУК імені адмірала Макарова
2. Розробка проєкту PR-кампанії для просування новинного регіонального медіа «НикВести»
3. Цифровий сторітелінг у сучасних медіа (на прикладі публікацій на платформі Medium)
4. Особливості контенту регіональних інтернет-видань у контексті нових медіа (на прикладі «Преступности.Нет» та «СВІДОК.info»)
5. Розробка проєкту PR-кампанії для просування інтернет-магазину «Shar surpriz Niko»
6. Аналіз української блогосфери в умовах повномасштабної війни (на матеріалі блогів Сергія Притули та Ігоря Лаченкова)
7. Особливості формату журналістських розслідувань у тематичних інтернет-виданнях України (на прикладі Bihus.Info та «Детектор-медіа»)
8. Цифровий сторітелінг: розробка і просування сайту (на прикладі онлайн-проєкту Lifelines)
9. Регіональне новинне медіа: створення, реалізація і просування онлайн-проєкту «Про місто»
10. Розробка PR-кампанії в соціальній сфері (на прикладі організації «Серце до Серця»)
11. Телеграм-канали як засіб ведення інформаційної війни
12. Роль радіо в епоху соціальних мереж та цифрових технологій (на прикладі радіостанцій «Українське радіо» та «Радіо NV»)
13. Організація PR-кампанії у волонтерській діяльності (на прикладі збору на засоби стільникового зв'язку та допоміжних засобів для військових ЗСУ)
14. Організація PR-кампанії в екологічній сфері (на прикладі розвитку велосипедних інфраструктур міста)
15. Миколаївські волонтери (серія журналістських матеріалів)
16. Використання ЗМІ у виборчій PR-кампанії
17. Сучасна глянцева журналістика в Україні: проблемний аспект (на прикладі «VOGUE UA. БОГ Україна» та «Cosmopolitan Україна»)
18. Організація PR-кампанії у волонтерській діяльності (на прикладі миколаївського офісу безпечного осередку «Затишно space»)
19. Організація рекламної кампанії в інтернеті (на прикладі фірми «Roshen»)
20. Крос-медійна історія «Руйнування історичних пам'яток Миколаївщини»: розробка концепції і реалізація проєкту
21. Українці за кордоном (серія журналістських матеріалів)
22. Організація PR-кампанії для залучення спонсорів у волонтерську сферу
23. Формування іміджу кафедри журналістики, реклами та PR-технологій НУК імені адмірала Макарова в науковому та освітньому середовищі

- 24.Розробка проекту PR-кампанії для просування комерційного товару (на прикладі виробника ювелірних прикрас Sova)
- 25.Аналіз української блогосфери в умовах повномасштабної війни (на матеріалі блогів «Vox Veritatis», «Віталій Портников»)
- 26.Життєві історії про війну в українських медіа (на матеріалі регіональних інтернет видань)
- 27.Молодь Миколаєва у часи війни (серія журналістських матеріалів)
- 28.Мова ворожнечі в регіональних медіа (на матеріалі регіональних онлайн-видань)
- 29.Інформаційна війна: громадські ініціативи в умовах повномасштабного вторгнення (серія журналістських матеріалів)
- 30.Російсько-українська війна у матеріалах інформаційно-аналітичних жанрів (на матеріалі інтернет видань «Українська правда» та «Український тиждень»)
- 31.Формування іміджу ... (вказати конкретну організацію, наприклад ГО «Волонтерський лідер», НУК імені адмірала Макарова або будь-яку іншу) шляхом проведення PR-кампанії
- 32.Проекти протидії мові ворожнечі (на матеріалі...)
- 33.Проекти популяризації української мови (на матеріалі...)
- 34.Особливості контенту регіональних інтернет-видань у контексті нових медіа (на прикладі...)
- 35.Типологічна характеристика регіональних видань (на прикладі ...)
- 36.Порушення лексичних норм в онлайн-виданнях (на матеріалі регіональних видань)