**Резюме магистерской диссертации**

**Орехова Владимира Юрьевича**

**«ФИНАНСИРОВАНИЕ, ПРОДВИЖЕНИЕ И РАЗВИТИЕ**

**ПРОЕКТОВ СТАРТ-АПОВ В СФЕРЕ МАССМЕДИА».**

**Н. рук. – Бекуров Руслан Викторович, кандидат политических наук, доцент**

**Ключевые** **слова**: финансирование, продвижение, развитие, старт-апы, поисковый маркетинг, контекстная реклама, блоггинг, продвижение в социальных медиа, брендинг.

Тема магистерской диссертации является актуальной, поскольку развитие информационных технологий в мире и в нашей стране, позволяет молодым предпринимателям создавать новые интернет-СМИ, начинать развитие собственных интернет-проектов. При этом возникает два главных вопроса: где найти источники финансирования для развития проекта, как наиболее эффективно прорекламировать проект, сделать его известным, создать собственную аудиторию читателей и зрителей. В представляемой работе предлагаются пути решения этих вопросов.

**Объектом исследования** являются старт-апы в сфере массмедиа. **Предмет исследования** – методы и технологии привлечения внешнего финансирования для проектов старт-апов в России, способы продвижения старт-апов в сети Интернет.

**Цель работы:** анализ возможностей возникновения, продвижения и финансирования проектов старт-апов в сфере массмедиа на конкретных примерах, обобщение этого опыта и выработка рекомендаций по дальнейшему развитию старт-апов в России.

Для достижения цели автор ставит следующие **задачи**: 1) проанализировать развитие Интернет- проектов в сфере масс-медиа в России; 2) проанализировать современные методы продвижения проектов с использованием сети Интернет; 3) провести анализ специализированной литературы, выпущенной в последние годы по теме привлечения инвестиций для проектов старт-апов; 4) изучить кейсы, раскрывающие историю успеха проектов старт-апов выбранной сферы деятельности в России; 5) обобщить накопленный опыт и составить практические рекомендации по развитию старт-апов в России; 6) провести анализ старт-апов «Neva 24», «OVERТАЙМ» и др.

Для написания работы автор использовал **авторитетные источники литературы** отечественных и зарубежных экспертов. Среди них, в частности, книги преподавателей Санкт-Петербургского государственного университета Валдайцева С. В., Воронцовского А. В. и Ковалева В. В., а также классиков зарубежного менеджмента (Дойль П.). Кроме этого автор провел изучение источников информации в сети Интернет (онлайн-журналы и специализированные порталы, такие как StartupPoint.ru), где ознакомился с историями предпринимателей, ищущих инвестиции для развития своей идеи, и советами инвестиционных консультантов.

**Эмпирическая база** заключается в современных маркетинговых возможностях веб-среды, которые мы рассмотрим на примере **проектов старт-апов в сфере массмедиа**.

Структурно работа состоит из трех глав. В первой главе мы исследуем возможные варианты развития и продвижения интернет-проектов в сфере массмедиа. Во второй главе мы рассматриваем механизм финансирования проектов старт-апов. В третьей главе мы проведем анализ «Neva 24», «OVERТАЙМ» и др.