**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Новоселовой Екатерины Аркадьевны**

**«КОММУНИКАЦИИ МУЗЕЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ЭРАРТА»)**

**Н. рук. – Глазкова Светлана Алексеевна, канд. соц. наук, доцент**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Очная форма обучения**

**Актуальность** представленной работы определяется существующей проблемой продвижения музеев современного искусства в интернет-пространстве через социальные медиа. **Научная новизна** выпускной работы заключается в том, что автором была впервые предпринята попытка комплексного анализа коммуникаций российского частного музея современного искусства в социальных медиа.

**Объектом** настоящей работы является система продвижения музея современного искусства. **Предметом** выступают коммуникации в социальных медиа музея современного искусства.

**Целью** данной выпускной квалификационной работы является выявление роли социальных медиа в продвижении музея современного искусства. Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие **задачи**: рассмотреть музей как субъект бизнес-коммуникаций; выявить особенности коммуникаций современного художественного музея; описать отличительные характеристики социальных медиа как канала коммуникации; рассмотреть коммуникационную стратегию музея современного искусства в социальных медиа; проанализировать задачи по продвижению музея современного искусства в социальных медиа.

В ходе исследования применялись следующие **методы:** неформализованный анализ документов (электронных страниц), невключенное наблюдение за коммуникациями в социальных медиа и экспертное интервью.

**Теоретической** **базой** исследования послужили авторские публикации Т.В.Бадиновой, Д.Я. Северюхина, А.Ю. Гиля, М.Ю. Юхневича, Г.Л. Тульчинского, Л.М. Шляхтиной, Е.А Поправко по вопросам организации музейной коммуникаций; работы зарубежных и отечественных авторов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций — О.Г. Филатовой, И.В. Алешиной, М.А. Шишкиной, Д. Уилкокса, С.Блэка, Е. Ромата, В.В. Тулупова;  литература по интернет-маркетингу, его основным технологиям и специфике взаимодействия в социальных медиа — И.В. Успенский, К. Максимюк, Л.А. Данченюк; аналитические статьи, характеризующие состояние современного искусства в России и за рубежом, опубликованные на порталах: ArtYou (портал о культуре и искусстве), МАРТ (технологии и маркетинг музеев) и в журналах «Арт-менеджмент», «Художественный журнал», «Новости искусства», «The Art Newspaper» и др.

В качестве **эмпирической базы** выступили интервью с сотрудниками PR-департаментов музейных учреждений, занимающихся продвижением современного искусства, анализ материалов мониторинга социальных медиа музеев и публикаций в средствах массовой информации.

Выпускная квалификационная работа **состоит** из введения, двух глав, заключение, списка литературы (73 наименования источников) и 10 приложений.