Аннотация выпускной квалификационной работы
Глыгало Светланы Валерьевны
*«Продвижение мероприятий музыкальной индустрии*

*(на примере Booking Machine Agency)»*
Н. рук. – Шаркова Екатерина Андреевна, канд. полит. наук
Кафедра связей с общественностью в бизнесе СПбГУ
Очная форма обучения

Данная дипломная работа направлена на изучение процесса продвижения мероприятий и исполнителей в музыкальной индустрии концертными агентствами на примере Booking Machine Agency. **Актуальность** темы исследования обусловлена необходимостью научного изучения технологического процеса PR-продвижения музыкальных мероприятий в современных условиях развития международного рынка и средств коммуникации, глобализации, роста и трансформации индустрии развлечений.

**Новизна** работы заключается в том, что поднимается проблема продвижения музыкальных мероприятий концертными агентствами на российском рынке, пока не получившая должного развития в отечественной литературе, проводится системный анализ деятельности PR-службы концертного агентства по продвижению музыкальных мероприятий.

**Целью** исследования является выявление особенностей технологического процесса продвижения музыкальных мероприятий PR-службой концертного агентства. Для достижения данной цели автором были поставлены и решены **следующие задачи:** описание структуры и особенностей музыкального бизнеса, выявление тенденций развития индустрии «живой» музыки, анализ деятельности субъектов PR в музыкальной индустрии во взаимосвязи друг с другом, описание современных методов продвижения артиста на музыкальном рынке, определение роли концертного агентства в системе PR-коммуникаций артиста, а также особенности концертного агентства как субъекта коммуникаций, анализ опыта концертного агентства Booking Machine по продвижению музыкальных мероприятий и разработка рекомендаций на основе анализа.

**Объект** исследования − технологический процесс продвижения мероприятий и исполнителей в музыкальной индустрии на примере агентства Booking Machine. Предмет − деятельность по продвижению музыкальных мероприятий концертным агентством Booking Machine.

**Теоретико-методологическую основу** исследования составили научные работы таких ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области PR и маркетинга в шоу-бизнесе и музыкальной индустрии, как Т. Хатчисон, К. Андертон, М. Бреннан, С. Апфельбаум, Е. Игнатьева, Г. Тульчинский, А. Глассман, Ф. Котлер и др., а также таких cпециалистов в сфере коммуникаций, как А. Кривоносов, Д. Гавра, Г. Почепцов, Н. Помомарев и др. Эмпирическую базу исследования составили нормативно-правовые акты, экспертные интервью, медиатексты в региональных и федеральных СМИ о россйском музыкальном рынке, информационные ресурсы агентства Booking Machine, документальные источники, а также материалы качественных и количественных исследований, проведенных автором работы (экспертные интервью, материалы включенного наблюдения). Структуру работы составляет введение, теоретическая глава, практическая глава, заключение, список использованных источников и литературы, приложения.