**Аннотация выпускной квалификационной работы
Ситниковой Анны Георгиевны
*«Специальные мероприятия в коммуникациях современного музея»*
Н. рук. – Глазкова Светлана Алексеевна, канд. социол. наук, доцент
Кафедра связей с общественностью в бизнесе СПбГУ. Очная форма обучения**

**Актуальность** данной работы обусловлена необходимостью оптимизации существующей системы оценки эффективности специальных мероприятий современного музея. **Новизна** исследования заключается в комплексном анализе коммуникативных возможностей реального проекта (Стрит Арт музея) и предоставлении рекомендаций по оптимизации системы оценки эффективности мероприятий. **Целью** исследования является выявление особенностей специальных мероприятий как PR – инструмента в продвижении современного музея.

Для достижения данной цели, автором были поставлены и решены следующие **задачи**:

* рассмотреть музей как субъект коммуникации
* описать специальные мероприятия как технологию продвижения музея
* выявить особенности потребительского поведения музейной аудитории
* определить основные подходы к проблеме оценки эффективности специальных мероприятий в коммуникативной деятельности музея
* проанализировать специальные мероприятия в Музее Стрит Арта
* проанализировать опыт PR-службы музея по оценке эффективности специальных мероприятий
* сформулировать рекомендации по оптимизации системы оценки эффективности

**Объект** исследования: PR - коммуникации современного музея. **Предмет** исследования: специальные мероприятия в системе коммуникаций музея уличного искусства. Эмпирический объект исследования: Музей уличного искусства. **Теоретико-методологическую** базу исследования составили научные работы ведущих отечественных и зарубежных специалистов: Г.Л. Тульчинского, А.Е. Назимко, А.В.Шумовича, И. А. Радченко, Ф. Котлера, П. Бурдьё, С.А. Глазковой, А.Н. Чумикова, М.П. Бочарова и др.

**Эмпирическую** базу исследования составили документальные источники, PR-источники, а кроме того материалы качественных и количественных исследований, проведенных автором работы (экспертные интервью с сотрудниками PR-департаментов музейных учреждений, анкетирование аудитории музея уличного искусства, мониторинг публикаций в средствах массовой информации, анализ внутренних документов и не включённое наблюдение). Выпускная квалификационная работа **состоит** из введения, теоретической главы, практической главы, заключения, списка использованных источников и приложений.

*Abstract of* graduation project***“Special events in modern museums' communications”*** *by Anna Sitnikova*

*Scientific adviser - Glazkova Svetlana, PhD in Sociology Sciences, Associate Professor*

*Department of PR in Business Saint Petersburg State University*

*Full-time education*

**The relevance** of this work stems from the need to optimize the existing evaluation system effectiveness of the special events of modern museums. **The novelty** of the work is a comprehensive analysis of communicative possibilities of the real project (Street Art Museum), and providing recommendations to optimize the performance evaluation system of measures. **The purpose** of this study - to determine the characteristics of special events (such as PR - tool) in the promotion of a modern museum.

To achieve the purpose, the author was posed and solved following **objectives:**

 • consider the museum as the subject of communication

 • describe the event as a special museum technology advancement

 • identify the features of consumer behavior museum audience

• identify the main approaches to the problem of assessing the effectiveness of special events in the communication activities of the museum

• analyze the special events at the Street Art Museum

• analyze the experience of PR-service of the museum to assess the effectiveness of special events

• formulate recommendations for optimizing the effectiveness evaluation system

**The object** of the study: PR - communication of a modern museum. **Subject** of the research: special events in the communications system of the Street Art Museum. The empirical object of study: Street Art Museum.

**Theoretical and methodological basis** of the research were scientific works of leading domestic and foreign experts: G. Tulchinsky, A. Nazimko, A.Shumovich, I. Radchenko, F. Kotler, P. Bourdieu, S. Glazkova, A. Chumikov, M. Bocharov and others.

**Empirical basis**of the research are documentary sources, PR-sources, and also materials of quantitative and qualitative research conducted by the author of the work (expert interviews with the staff of PR-departments of museum institutions, questioning the audience of the Street Art Museum, monitoring of publications in the media, analysis of internal documents and unincluded observation). The work consists of introduction, theoretical chapter, practical chapters, conclusion, list of references and appendices.