Аннотация выпускной квалификационной работы
Соколовой Екатерины Сергеевны
*«Продвижение артистов музыкальной индустрии: тренды отрасли*

*и современные PR-технологии»*
Н. рук. – Шаркова Екатерина Андреевна, канд. полит. наук
Кафедра связей с общественностью в бизнесе СПбГУ
Очная форма обучения

Данная дипломная работа направлена на изучение трендов современной музыкальной индустрии и процессов продвижения ее базисных субъектов на примере рок-группы Thirty Seconds To Mars. **Актуальность** темы исследования обусловлена высокими темпами роста музыкальной индустрии за счет развития интернет-технологий, вслед за которыми быстро сменяются существующие в индустрии бизнес-модели. **Целью** исследования является выявление основных трендов мировой музыкальной индустрии, а также особенностей технологического процесса продвижения артистов. Для достижения данной цели, автором были поставлены и решены следующие **задачи**:

* описать, структурировать и выявить особенности мировой музыкальной индустрии и ее акторов, определить их влияние на деятельность и PR-продвижение артиста;
* выявить тренды развития мировой музыкальной индустрии, в частности американского рынка как трендсеттера;
* проанализировать деятельность PR-субъекта мировой музыкальной индустрии, описать современные методы продвижения артиста на музыкальном рынке;
* проанализировать опыт рок-группы Thirty Seconds To Mars и на основе проведенного анализа разработать рекомендации по применению и адаптации этого опыта в России.

**Объект** исследования – PR-технологии продвижения субъектов музыкальной индустрии на примере опыта американской рок-группы Thirty Seconds To Mars. **Предмет** исследования – деятельность PR-службы по продвижению артистов музыкальной индустрии на примере опыта американской рок-группы Thirty Seconds To Mars. **Теоретико-методологическую** **основу** исследования составили научные работы таких отечественных и зарубежных специалистов, как Ф. Котлер, Д. Пассман, С. Андертон, Ю. Стракович, W. Aspray, G. Hull и др.

**Эмпирическую базу** исследования составили:

* документальные источники (Федеральные законы, официальные документы и статистические данные);
* медиа-источники (сообщения федеральных и профильных СМИ);
* информация в социальных сетях (официальные аккаунты базисного субъекта);
* материалы качественных исследований, проведенных автором.

**Структура** работы определяется целями и задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав, содержащих шесть параграфов, заключения, списка источников и литературы, приложений.

**Ключевые слова:** музыкальная индустрия, музыкальный бизнес, продвижение, PR-технологии, тренды, интернет.

Abstract thesis project from

Ekaterina Sokolova

*"Promotion of the artists in the music industry: trends of the sphere*

*and contemporary PR-technologies"*

Thesis supervisor – Ekaterina Sharkova, PhD in Political Sciences

The department of public relations in business

Full-time education

This thesis aims to study the trends of modern music industry and the process of promoting its basic subjects on the example of a rock band Thirty Seconds To Mars. **Relevance** of the research theme is caused by high growth of the music industry through the development of Internet technology, following that quickly changed current business models of the industry. **The aim** of the study is to identify the major trends in the global music industry, as well as the features of the technological process of promotion of artists. To achieve this goal, the author set and solved the following **tasks**:

* to describe the structure and reveal the features of the global music industry and its actors, to determine their impact on the work and PR of the artist;
* to identify the trends of the global music industry, in particular the US market as a trendsetter;
* to analyze the activities PR-subject of world music industry, to describe modern methods of promoting the artist in the music market;
* to analyze the experience of a rock band Thirty Seconds To Mars and based on the analysis to develop recommendations for the application and adaptation of this experience in Russia.

**The object** of study – PR-technology of promotion subjects of the music industry on the example of American rock band Thirty Seconds To Mars. **Subject** of research – the activity of PR-service to promote the music industry performers based on the experience of American rock band Thirty Seconds To Mars.

**Theoretical and methodological basis** of the research were scientific works of domestic and foreign experts such as Kotler, Passman, Anderton, Strakovich, Aspray, Hull et al.

The **empirical research base**:

* documentary sources (federal laws, official documents and statistics);
* media sources (federal and specialized media);
* social media data (official accounts of the basic subject);
* materials of qualitative research conducted by the author.

**The structure** is determined by the goals and objectives of the study. The study consists of an introduction, two chapters, containing six paragraphs, conclusions, list of sources and literature, and applications.

**Tags:** music industry, music business, promotion, PR-technologies, trends, internet.