

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации

КОЛЬНЕНКОВА
Юлия Владимировна

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
КОНЦЕРТНЫХ ПРОЕКТОВ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
А.В. Колик

Допущена к защите

«__» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит 50 страниц, 79 источников, 4 приложения.

Перечень ключевых слов: КОНЦЕРТНЫЙ ПРОЕКТ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ТЕХНОЛОГИИ, КОНЦЕРТНОЕ АГЕНТСТВО, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ.

Объект исследования – рынок концертных проектов Республики Беларусь.

Предмет исследования – технологии продвижения концертных проектов в Республике Беларусь.

Цель работы: проанализировать технологии продвижения концертных проектов в Республике Беларусь.

Методы проведения работы: описательный, аналитический и сравнительный методы, а также метод экспертного интервью.

Полученные результаты: концертная сфера в Беларуси является высоко конкурентной средой, требующей использования грамотных средств продвижения. Проанализировав процесс продвижения мероприятий и степень его эффективности, мы пришли к выводу о том, что успешность концертного проекта зависит от большого количества разнообразных факторов и для специалиста по связям с общественностью наиболее важным является их анализ и оценка возможностей потенциальной эффективности PR и рекламных инструментов с учетом данных факторов. Также нами был сделан вывод о том, что в сфере продвижения концертных мероприятий такой PR-инструмент, как средства массовой информации, имеет большой потенциал эффективности.

Новизна дипломной работы заключается в том, что она является первым систематизированным научным анализом PR и рекламных технологий в сфере концертных проектов в Республики Беларусь.

Исследование технологий продвижения концертных проектов может быть полезным для специалистов в данной области. Полученные в данной работе результаты могут быть использованы при продвижении концертных проектов.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Кольnenкова Ю.В.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа змяшчае: 50 страниц, 79 крыніц, 4 дадатка.

Пералік ключавых слоў: КАНЦЭРТНЫ ПРАЕКТ, ПРАСОЎВАННЕ, ТЭХНАЛОГІІ, КАНЦЭРТНАЕ АГЕНЦТВА, СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ, РЭКЛАМНАЯ КАММУНІКАЦЫЯ

Аб'ектам даследавання з'яўляецца рынак канцэртных праектаў Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследавання – тэхналогіі прасоўвання канцэртных праектаў у Рэспубліке Беларусь.

Мэта дыпломнай работы – прааналізаваць тэхналогіі прасоўвання канцэртных праектаў у Рэспубліке Беларусь.

Метады даследавання: апісальны, аналітычны і параўнальны метады, экспертнае інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі: канцэртная сфера ў Беларусі з'яўляецца высока канкурэнтнай асяроддзем, якое патрабуе выкарыстання грамадскіх сродкаў прасоўвання. Прааналізаваўшы працэс прасоўвання мерапрыемстваў і ступень яго эфектыўнасці, мы прыйшлі да высновы аб тым, што паспяховасць канцэртнага праекта залежыць ад вялікай колькасці разнастайных фактараў і для спецыяліста па сувязях з грамадскасцю найбольш важным з'яўляецца іх аналіз і ацэнка магчымасцяў патэнцыйнай эфектыўнасці PR і рэкламных інструментаў з улікам дадзеных фактараў. Таксама намі была зроблена выснова аб тым, што ў сферы прасоўвання канцэртных мерапрыемстваў такі PR-інструмент, як сродкі масавай інфармацыі, мае вялікі патэнцыял эфектыўнасці.

Навізна дыпломнай работы складаецца ў тым, што яна з'яўляецца першым сістэматызаваным навуковым аналізам PR і рэкламных тэхналогій у сферы канцэртных праектаў Рэспублікі Беларусь.

Даследаванне тэхналогій прасоўвання канцэртных праектаў можа быць карысным для спецыялістаў у гэтай галіне. Атрыманыя ў дадзенай працы вынікі могуць быць выкарыстаны пры прасоўванні канцэртных праектаў.

Аўтар дыпломнай работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Кальнянкова Ю.В.

ABSTRACT

The research includes: 50 pages, 79 sources, 4 annexes.

Key words: CONCERT PROJECT, PROMOTION, TECHNOLOGIES, CONCERT PROMOTER, PUBLIC RELATIONS, ADVERTISING COMMUNICATION.

The object of the research is the concert market of the Republic of Belarus.

The subject of the research is concert promotion technologies in the Republic of Belarus.

Objective: to analyze concert promotion technologies in the Republic of Belarus.

Methods of the work: description, analytical and comparative methods, expert interview.

The results of the research: concert market in Belarus is a highly competitive environment, which requires correct means of promotion. After analyzing the process of promotion a concert, we've come to the conclusion, that the success of the concert project depends on many different factors and for the public relation specialist it is important to analyze them and the potential of promoting tools within them. Also we've come to the conclusion, that in the sphere of concert promotion in Belarus such tool as Media could have big potential in terms of promotional efficiency

The novelty of the thesis is that it is the first systematized scientific analysis of the PR and advertising technologies in the sphere of concert promotion in the Republic of Belarus.

The research of the concert promotion technologies can be useful for the specialists in this sphere. The achieved results can be used for the concert promotion.

The author confirms research is original, data is reliable and all references are marked.

J. Kolnenkova
