**Особенности продвижения творческого коллектива театральной студии в современных условиях**

*Данная статья раскрывает особенности продвижения творческого коллектива театральной студии в современных условиях. Автором определен сущность и содержание понятия управления, оценены подходы к инструментарию по продвижению учреждений культуры. Кроме того, приводятся систематизированные рекомендации по обеспечению продвижения детских театральных студий в условиях информатизации и глобализации общества.*

В настоящее время использование маркетинговых концепций и методов становится необходимым для более эффективного управления учреждениями культуры. Качество коммуникации с обществом, разработка новых стратегий и рекламных кампаний, а также степень вовлеченности юного населения в творческую сферу существенно влияют на культурный потенциал будущих поколений.

В настоящее время PR и реклама широко используются во всех областях искусства и культуры для привлечения посетителей. Театры также активно занимаются коммуникационной деятельностью, которая включает в себя не только сохранение и расширение целевой аудитории, но и поддержание интереса к культурному продукту и привлечение внимания к новым проектам. Кроме того, воспитательный и образовательный аспект играют важную роль в развитии общества и поддержании высокого уровня культуры.

В настоящее время важной мировой тенденцией развития любого предприятия является учет особенностей потребителя на всех этапах производства и реализации товаров и услуг. П.Ф. Друкер, американский ученый и классик современного менеджмента, выразил мнение о том, что основу необходимо строить на понимании ценностей покупателя, его потребностей, стремлений, страхов и разочарований [1, с. 39].

По мнению Немчина А.М. и Минаева Д.В., реклама и PR играют ключевую роль в формировании положительного имиджа предприятия и ориентации на продвижение услуг, что в дальнейшем способствует взаимовыгодному сотрудничеству. Обратная связь рекламных технологий и продвижения проявляется в использовании персональных продаж, которые позволяют установить двустороннюю коммуникацию для выявления общих взглядов и интересов. Таким образом, достигается взаимопонимание, основанное на истине, знании и полной осведомленности [3].

Под продвижением понимается любая деятельность, которую компания использует для информирования, убеждения и напоминания потребителям о своих продуктах, услугах, имидже, идеях и социально активных действиях [2]. В контексте культурной сферы, мы обратили внимание на место PR-технологий в продвижении детских творческих театральных сообществ и коллективов. Стоит отметить, что продвижение является лишь одним из элементов маркетинг микса, включающего в себя также продукт, цену и место.

Продвижение детских творческих театральных сообществ и коллективов может быть достаточно сложной задачей, но при правильном подходе и использовании соответствующих инструментов можно добиться успеха. Приведем несколько особенностей, которые могут помочь в продвижении детских театральных сообществ и коллективов:

1) организация выступлений на различных мероприятиях. Это может быть концерт, фестиваль, конкурс или другое мероприятие, где можно продемонстрировать свой талант и привлечь внимание зрителей, а также потенциальных спонсоров и партнеров;

2) продвижение через социальные сети и сайты. Создание страницы в социальных сетях и сайта, где будут размещаться информация о театральных постановках, фотографии и видео и другие материалы, которые могут заинтересовать аудиторию;

3) участие в телевизионных и радиоэфирах. Это может быть интервью с актерами, презентация спектакля или другой формат сотрудничества с медиа;

4) взаимодействие с другими театральными сообществами и коллективами. Организация совместных выступлений или фестивалей, обмен опытом и знаниями также может помочь в продвижении детского театра;

5) поиск спонсоров и партнеров. Сотрудничество с компаниями, которые готовы финансировать деятельность театрального сообщества, может помочь в организации новых постановок и привлечении новой аудитории;

6) организация мастер-классов и занятий для детей. Это поможет привлечь новых участников и развить таланты, а также повысить интерес к театральному искусству в целом;

7) продвижение среди родителей и педагогов. Родители могут стать активными участниками и поддерживать детей в их творческих начинаниях, а педагоги могут рекомендовать театральные коллективы своим ученикам;

8) участие в конкурсах и фестивалях. Это поможет не только продвинуться, но и сравнить свой уровень с другими театральными коллективами;

9) работа над имиджем и брендингом. Создание уникального образа театрального коллектива, логотипа, дизайна сайта и других элементов поможет узнаваемости и повышению привлекательности для аудитории;

10) привлечение известных личностей в качестве партнеров или покровителей. Это может привлечь больше внимания к театральному коллективу и помочь в привлечении новых участников или партнеров.

Важно помнить, что продвижение театрального коллектива – это долгосрочный процесс, который требует постоянных усилий и творческого подхода. Но благодаря правильно организованным мероприятиям и постоянной работе над качеством, можно достичь успеха и привлечь большое количество зрителей.

Но помимо всех этих методов, важно не забывать о качестве и таланте актеров, а также о творческом подходе к постановке спектаклей. Все вышеперечисленные методы продвижения будут эффективны только при наличии высокого уровня профессионализма и таланта у актеров и режиссеров.

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что особенности продвижения творческих театральных сообществ и коллективов, занимающихся детскими постановками, требуют особого внимания. Для достижения широкой популярности нужно разработать стратегию продвижения, которая будет основываться на нескольких факторах.

Так, необходимо разработать уникальную концепцию творческого проекта, которая будет привлекательна для детской аудитории и их родителей. Приведение в жизнь интересной и яркой идеи станет ключевым фактором для привлечения внимания и наращивания популярности творческого сообщества.

Кроме того, необходимо заботиться о качестве постановок. Высокий уровень профессионализма и качества спектакля станет залогом успеха и популярности творческого коллектива, а также даст возможность привлечь новых зрителей.

Не менее важно поддерживать постоянную коммуникацию со зрителями и родительским сообществом. Организация открытых репетиций, пресс-конференций и интерактивных мероприятий позволят привлечь большее число зрителей к постановкам и укрепить связь с уже существующей аудиторией.

Наконец, для продвижения творческого сообщества важно использовать все доступные средства маркетинга, включая социальные сети, рекламные ролики и статейные материалы. Обширное присутствие в интернете, реклама на радио или телевидении и рекомендации зрителей помогут значительно расширить аудиторию и повысить популярность.

**Список литературы**

1. Друкер П. Ф. Практика менеджмента / П. Ф. Друкер ; переиздание перевода [с англ.], 2-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2007. – 354 с.
2. Калинкина Е. Ю. PR-технологии в продвижении театрального искусства (на примере сайта (ГАУК КК Краснодарский театр драмы)) / Е.Ю. Калинкина // Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций (труды молодых ученых) : Материалы I Международной научно-практической конференции, Краснодар, 01–02 марта 2018 года. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2018. – С. 102-111.
3. Немчин А.М., Минаев Д.В. Реклама: теория и практика / А.М. Немчин, Д.В. Минаев. – М.: Юрайт, 2018. – 528 с.
4. Прокопенко Е.А. Специфика рекламных коммуникаций в продвижении театрального продукта / Е.А. Прокопенко // Вопросы современной науки: проблемы, тенденции и перспективы : Материалы V международной научно-практической конференции, Новокузнецк, 02–03 декабря 2021 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2021. – С. 388-391.