

**Янукян Диана Эдуардовна**

**«Специфика продвижения личного дизайнерского бренда  
в социальных медиаресурсах»**

**Аннотация.** В диссертации исследуется тема «Специфика продвижения личного дизайнерского бренда в социальных медиаресурсах». В работе впервые в комплексном медиаведческом категориальном аппарате изучены и описаны сетевые медиаресурсы, используемые для создания и продвижения модных брендов в социальных сетях, что особенно востребовано в условиях динамично развивающегося интернет-пространства. На основе системного анализа использования инструментов PR для продвижения бренда в сфере индустрии моды определен набор PR-инструментов для формирования и развития брендов в социальных сетях, выделены как универсальные PR-инструменты, которые в равной степени используются и массовыми, и дизайнерскими брендами, так и специфические для каждого из них. Проведен анализ крупных личных брендов в модной индустрии, также рассмотрены такие важные аспекты, как влияние аудитории на формирование личного бренда и эффективность платформы Instagram в качестве инструмента продвижения. В работе собраны и систематизированы сведения о PR-инструментах в аспекте их возможностей и преимуществ для продвижения модных брендов, обозначены особенности использования PR-инструментов для продвижения массовых марок и успешных брендов, привлечения определенных социальных сетей в зависимости от их целевой аудитории.

**Ключевые слова:** интернет-маркетинг, виртуальная аудитория, социальные сети, блог, аккаунт, бренд, мода, модный бренд, фэшн-индустрия, социальные медиаресурсы, медийное пространство, социальные сети Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, «Одноклассники», «ВКонтакте», инструменты PR, PR-проекты, PR-коммуникации, личный дизайнерский бренд, модный дизайнерский бренд.