

Обзорный анализ стратегий продвижения танцевальных школ Москвы

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Коноплянская Мария Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: mariakonoplyanskaya@yandex.ru

В последние годы значимость активного образа жизни и спорта как вида полезного досуга в общественном сознании россиян значительно увеличилась. Актуальность данного исследования обусловлена комплексом социально-экономических и культурных факторов. С одной стороны, наблюдается устойчивый рост интереса населения к активному образу жизни: по данным Министерства спорта РФ, доля систематически занимающихся спортом граждан в 2024 году достигла 60,3%. С другой стороны, танцы как форма физической активности входят в сферу государственных интересов и становятся все более популярным видом досуга, особенно среди жителей мегаполисов, испытывающих повышенный уровень стресса и ищущих способы эмоционального самовыражения. Рынок танцевальных услуг активно растет: количество занимающихся в школах танцев России с 2019 по 2023 год увеличилось на 37,2%. Москва, насчитывающая более семи тысяч танцевальных студий, является наиболее показательной и конкурентной площадкой для исследования. В условиях цифровизации и многоканальной коммуникации танцевальные школы вынуждены постоянно оптимизировать свои стратегии продвижения для удержания и привлечения аудитории, что и определяет необходимость их системного обзорного анализа.

Цель исследования заключается в выявлении наиболее эффективных подходов к продвижению московских танцевальных школ в конкурентной среде для разработки практических рекомендаций по оптимизации интегрированных коммуникаций. В докладе будет представлен обзорный анализ, базирующийся на теоретических и эмпирических данных.

В докладе будут рассмотрены теоретические основы коммуникации (структура рынка, инструменты продвижения, целевая аудитория и проанализированы практики ведущих московских школ («DanCo», «GallaDance», «MDC NRG», «TODES»): их позиционирование, использование цифровых площадок и форматы вовлечения аудитории. В заключении будут сформулированы выводы об эффективности стратегий продвижения.

Источники и литература

- 1) 1. Главное из отчёта Минспорта: [статья] / Ведомости. — 2025. — 14 апр. — URL: <https://www.vedomosti.ru/sport/others/articles/2025/04/14/1104331-glavnoe-iz-otcheta-minsporta>.
- 2) 2. Ступина И. О. Маркетинговые стратегии продвижения танцевальных школ в цифровой среде: на примере исследования аудитории школы танцев BLACK SIS // Медиасреда. 2025. № 1. С. 66–70.
- 3) 3. BusinesStat. Анализ рынка школ танцев в России в 2019-2023 гг., прогноз до 2028 г. [Электронный ресурс] // BusinesStat. — 2024. — URL: https://businesstat.ru/images/demo/dance_school_russia_demo_businesstat.pdf.
- 4) 4. Компания Гидмаркет. Маркетинговое исследование рынка танцевальных школ в Москве и Московской области 2020-2024 гг., прогноз до 2029 г. // «РБК Исследования рынков». — 2025.