

Таргетированная реклама в социальных сетях

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Киселева Маргарита Руслановна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: margoarm23@icloud.com

В современном мире в социальных сетях распространена интернет-реклама. Она имеет высокие конверсии и это делает ее одним из основных инструментов брендинга в интернете. Интернет реклама в социальных сетях имеет высокий спрос у рекламодателей, она размещается на определенных платформах и представляет точную настройку таргетов, чем повышает свою эффективность и поиск подходящего клиента. Такая реклама называется таргетированной, так как настройка таргетинговых функций является основной эффективности данного вида рекламы. Рекламодатель получает возможность протестировать свою целевую аудиторию, примерно подобрать необходимый пол, возраст, интересы, поведенческие критерии пользователей и т.д, или же, изучив предпочтения своих клиентов использует параметры для ведения рекламы. В своем исследовании я раскрою основные понятия данной темы, проанализирую принцип работы таргетированной рекламы в социальных сетях и ее виды, дам оценку эффективности данного вида рекламы, подкрепив все данные примерами успешной таргетированной рекламы на платформе Instagram.

Источники и литература

- 1) Назипов Р. Таргетированная реклама в социальных сетях. Полное руководство/Билингва, 2016 г.
- 2) Максимюк К.С./Новый интернет для бизнеса/Эксмо, 2011
- 3) Халилов Д./Маркетинг в социальных сетях/Манн, Иванов и Фербер, 2013
- 4) Далворт М./Социальные сети: руководство по эксплуатации/изд. "Добрая книга 2010