

**Социальная сеть «Тик Ток» как новый инструмент продвижения  
косметических брендов.**

**Научный руководитель – Шлейтере Светлана Владимировна**

***Коваленко Дарья Николаевна***

*Студент (магистр)*

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

*E-mail: kovalenkodarua@mail.ru*

Актуальность темы заключается в большой популярности такой социальной сети как Тик Ток и в активном его развитии в роли инструмента брендов. Аудитория Тик Тока составляет почти 8 миллионов пользователей — это прекрасная возможность для брендов рассказать о себе как можно большему количеству человек.

Пользователи Тик Ток снимают короткие видео, которые позволяют быстро просматривать их и усваивать информацию. Косметические бренды, в свою очередь, имеют достаточно широкую целевую аудиторию, поэтому им будет проще найти отклик в Тик Ток. Большое количество женщин и мужчин пользуются косметикой, и это не зависит от возраста или места проживания. На мой взгляд, наибольшее влияние достигается за счет существующих тенденций и моды - а это как раз то, что диктуют нам социальные сети.

Продвижение косметических брендов в Тик Ток позволит охватить большое количество людей, расширить целевую аудиторию и побудить ее к покупке за счет высокой лояльности пользователей Тик Ток и высокой узнаваемости блогеров.

**Источники и литература**

- 1) Котлер Ф. Основы маркетинга. – Litres, 2021.
- 2) Канеман Д. Думай медленно... решай быстро: перевод с английского //Москва: Издательство АСТ. – 2018.
- 3) А. Сенаторов, М. Однатакайя TikTok Superstar. Как набрать миллион подписчиков
- 4) М. Северянин TikTok. Секреты, тренды и фишки самой модной соцсети. Как раскрутиться и добиться успеха
- 5) И. Матюхин TikTok головного мозга. Секреты и фишки для продвижения и заработка в самой популярной социальной сети
- 6) Траут Д., Ривкин С. Дифференцируйся или умирай!. – 2006.