

Инструменты продвижения уходовой корейской косметики на российском рынке

Научный руководитель – Шлейтере Светлана Владимировна

Ли Сонхи Семёновна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: sonkhi.li.03@mail.ru

Ключевые слова: корейская уходовая косметика, косметический рынок России, маркетинговые коммуникации, digital-маркетинг, инфлюенс-маркетинг, контент-маркетинг, бренд-менеджмент, продвижение бренда, целевая аудитория, SWOT-анализ, PEST-анализ, коммуникационная стратегия

В условиях глобализации и цифровизации косметическая индустрия демонстрирует устойчивый рост, а уходовая косметика становится одним из наиболее динамично развивающихся сегментов рынка. Особую популярность в России приобрели корейские бренды, что связано с инновационными формулами, многоступенчатой системой ухода, акцентом на профилактику кожных проблем и активным использованием цифровых каналов коммуникации.

Данное исследование посвящено анализу инструментов продвижения корейской уходовой косметики на российском рынке с целью выявления их эффективности и разработки практических рекомендаций по совершенствованию коммуникационной стратегии.

В работе рассматриваются теоретические основы маркетинговых коммуникаций и продвижения косметической продукции, анализируется специфика косметического брендинга, а также исследуются особенности формирования имиджа корейских брендов в российском медиапространстве. Особое внимание уделяется цифровым инструментам продвижения, инфлюенс-маркетингу, контент-стратегиям и формированию лояльности аудитории.

Практическая часть исследования включает анализ коммуникационной стратегии бренда «Ануа» (Ануа) как примера продвижения корейской уходовой косметики в России, оценку её эффективности с использованием SWOT- и PEST-анализа, а также разработку рекомендаций по оптимизации инструментов продвижения с учетом специфики российского рынка и трансформации потребительского поведения.

В работе делается вывод о том, что эффективность продвижения корейской уходовой косметики обеспечивается комплексным использованием digital-инструментов, активным взаимодействием с аудиторией в социальных сетях, сотрудничеством с лидерами мнений, формированием экспертного имиджа бренда и адаптацией коммуникационной стратегии к социокультурным особенностям российского рынка.

Источники и литература

- 1) Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. - СПб.: Питер, 2020. – 56 с.
- 2) Воронова Е.В. Особенности продвижения косметических брендов в цифровой среде // Маркетинг в России и за рубежом, 2022. – 102 с.
- 3) Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. - М.: Эксмо, 2019. – 84 с.

- 4) Захарова Ю. Н., Михайлова Д. Г. Изменение предпочтений потребителей на рынке декоративной косметики в условиях санкций // Информационное общество, 2024. – 135 с.
- 5) Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. - М.: Юрайт, 2023. - 383 с.
- 6) Кармалова Е. Ю. Теория и практика рекламы / Е. Ю. Кармалова. - СПб.: СПбГЭУ, 2019. - 30 с.
- 7) Келлер К. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом / К. Келлер. - М.: Вильямс, 2005. - 704 с.
- 8) Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум / В. А. Коноваленко и др. - М.: Юрайт, 2019. - 486 с.
- 9) Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2016. - 784 с.
- 10) Кузнецова Н.А. Influencer-маркетинг как инструмент продвижения брендов // PR и реклама сегодня. - 2023. – 135 с.
- 11) Лебедева Т.В. Поведение потребителей на рынке косметической продукции // Вестник РГГУ. - 2021. – 56 с.
- 12) Маркетинговые коммуникации и digital-стратегии: теоретические подходы // Маркетинг в России и за рубежом. - 2023. - № 3. С. 33-47.
- 13) Шарков Ф.И. Реклама и связи с общественностью. - М.: Дашков и К°, 2021. - 30 с.
- 14) Шевченко Д. А. Основы современного маркетинга: Учебник / Д. А. Шевченко. - М.: Дашков и К, 2021. - 613 с.
- 15) Щепакин М. Б., Михайлова В. М., Хандамова Э. Ф. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности / М. Б. Щепакин и др. - М.: Магистр, 2021. - 232 с.
- 16) Ведомости [Электронный ресурс] // Vedomosti.ru. - URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/02/14/793589-futuristicheskaya-volna> (дата обращения: 25.11.2025)
- 17) Единая Корея. Информационно-аналитический портал [Электронный ресурс] // Onekorea.ru. - URL: <http://onekorea.ru/2016/05/21/nachalos-stroitel/> (дата обращения: 25.11.2025)
- 18) Окно в Корею [Электронный ресурс] // K-window.com. - URL: <http://k-window.com/economics/orejskaya-kulturnayavolna-hallyu-dvigatelayuzhnokorejskoj-ekonomiki/> (дата обращения: 25.11.2025).