

Таргетированная интернет-реклама как инструмент продвижения российских брендов

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Соловьева Мария Олеговна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: msoloveva338@gmail.com

В условиях цифровизации таргетированная интернет-реклама утвердилась как основной инструмент коммуникации бренда с потребителем. Её способность точно сегментировать аудиторию напрямую влияет на ключевые показатели: рост охвата, кликабельности и конверсии. Актуальность исследования подтверждается данными Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР): объём рынка цифровой рекламы в РФ в 2025 году превысил 650 млрд рублей, демонстрируя устойчивый рост [12]. Однако темпы роста замедляются, что указывает на необходимость более изощрённых стратегий. Дополнительным драйвером изменений выступает интеграция искусственного интеллекта в рекламные платформы (например, «Умный бюджет» в «Яндекс.Директ»), которые, по данным платформ, способны повысить конверсию на 20–35% [9]. Это одновременно обостряет проблему «иммунитета» аудитории к стандартным рекламным форматам [7].

Целью работы является выявление ключевых преимуществ, ограничений и перспектив использования таргетированной интернет-рекламы для продвижения российских брендов. Теоретическую основу составляют работы, формирующие междисциплинарный контекст: от классиков медиатеории М. Маклюэна [4] и М. Кастельса [2] до фундаментальных трудов по маркетингу Ф. Котлера [3] и стратегической рекламе Д. Огилви [6]. Прикладные аспекты настройки таргетинга в российских реалиях освещены в руководствах Р. Назипова [5], Г. Бирюкова [1] и Д. Румянцева [8]. Анализ текущих трендов опирается на отраслевые отчёты АКАР [11, 12] и прогнозы экспертов [10, 13, 14, 15].

Основное содержание и выводы исследования можно представить в двух взаимосвязанных блоках. Первый блок посвящён сущности и технологическим основам. Таргетированная реклама определяется как платная цифровая коммуникация, использующая алгоритмический анализ данных для показа релевантного контента узким сегментам аудитории. Главным трендом является переход к гибридным и полностью автоматизированным стратегиям на базе ИИ, что подтверждается прогнозами на 2026 год [10, 13, 15]. Второй блок анализирует роль таргетированной рекламы в продвижении бренда. Исследование показывает, что этот инструмент перестал быть каналом только для прямых продаж и активно используется для решения стратегических задач: повышения узнаваемости и формирования лояльности [11]. Анализируется ключевой парадокс: несмотря на рост медийных цен и снижение вовлечённости, таргетированная реклама остаётся незаменимой благодаря глубокой персонализации [10].

Выводы данной работы носят открывающий характер, создавая основу для углубленного исследования на старших курсах. Практическим продолжением может стать сравнительный анализ эффективности таргетированных стратегий в различных отраслях и для конкретных брендов. Данная работа формирует концептуальный каркас для перехода на старших курсах к прикладному, отраслевому и кейсовому анализам.

Источники и литература

- 1) Бирюков, Г. И. Таргет без воды / Г. И. Бирюков. — [Б. м.]: Автор, 2020. — ISBN 978-5-04-282140-0.
- 2) Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. — Москва: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
- 3) Котлер, Ф. Маркетинг 6.0. Будущее за иммерсивностью, слиянием цифрового и физического миров / Ф. Котлер, Х. Картаджая, И. Сетиаван; пер. с англ. — Москва: Эксмо, 2024
- 4) Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. с англ. В. Г. Николаева; заключ. ст. М. Вавилова. — Москва: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.
- 5) Назипов, Р. Таргетированная реклама в социальных сетях. Полное руководство / Р. Назипов; под ред. Т. Е. Федосовой. — Москва: Билингва, 2016. — 224 с. — (Библиотека Академии Лидогенерации). — ISBN 978-5-906730-49-7
- 6) Огилви, Д. Откровения рекламного агента [Электронное издание] / Дэвид Огилви; пер. с англ. Н. Яцок. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 222 с. — ISBN 978-5-91657-465-4.
- 7) Рубцова, Н. В. Промоушен в цифровой среде: основные тренды развития интернет-рекламы в России / Н. В. Рубцова // Естественно-гуманитарные исследования: международный журнал. — 2023. — № 6 (50). — С. 652-655.
- 8) Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Электронное издание] / Д. Румянцев. — Санкт-Петербург: Питер (Айлиб), 2018. — (ИБизнес). — ISBN 978-5-4461-1088-9.
- 9) Автостратегии Яндекс.Директ 2025: полный гайд от выбора до оптимизации [Электронный ресурс] // RivoxAI. — 2025. — URL: <https://rivox.io/blog/avtostrategii-yandex-direct> (дата обращения: 02.02.2026).
- 10) Изменения таргетированной рекламы к 2026 году: автоматизация, персонализация и стратегии для бизнеса [Электронный ресурс] // IF24.ru. — 2025. — URL: <https://www.if24.ru/kak-izmenitsya-kontekstnaya-i-targetirovannaya-reklama-v-2026-godu/> (дата обращения: 02.02.2026).
- 11) Итоги развития рекламного рынка Российской Федерации за 2024 год [Электронный ресурс] // АКАР. — 2025. — URL: <https://akarussia.ru/news/novosti-akar/obem-rynka-a-marketingovyh-kommunikacij-v-2024-godu/> (дата обращения: 02.02.2026).
- 12) Объем рынка рекламы в средствах ее распространения в январе-сентябре 2025 года [Электронный ресурс] // АКАР. — 2025. — URL: <https://akarussia.ru/news/obem-rynka-reklamy-v-sredstvah-ee-rasprostraneniya-v-janvare-sentjabre-2025-goda/> (дата обращения: 02.02.2026).
- 13) Прогнозы на 2026 год: роль ИИ в таргетинге, автоматизация, персонализация и влияние на бренды [Электронный ресурс] // VC.ru. — 2025. — URL: <https://vc.ru/marketing/2667087-reklama-v-2026-godu-targetirovannaya-i-kontekstnaya-reklama> (дата обращения: 02.02.2026).
- 14) Современные тенденции интернет-рекламы [Электронный ресурс] // Сборник БГУ. — 2025. — URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/331191/1/499-503.pdf> (дата обращения: 02.02.2026).

- 15) Стратегии таргетинга на 2026 год: уход от ручного таргета к ИИ, креативы и оптимизация кампаний [Электронный ресурс] // Remarka Agency. — 2025. — URL: <https://remarka.agency/journal/targetirovannaya-reklama-v-2026-godu> (дата обращения: 02.02.2026).
- 16) 5 трендов таргетированной рекламы в 2026 году [Электронный ресурс] // VK Реклама. — 2025. — URL: <https://ads.vk.com/insights/5-trendov-targetirovannoj-reklamy-v-2026-godu> (дата обращения: 02.02.2026)