

# Kampania reklamowa w internecie na przykładzie kampanii zamku

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

Celem pracy jest przedstawienie specyfiki Internetu, którą należy uwzględnić przy projektowaniu kampanii reklamowej...

## WSTĘP 2

### ROZDZIAŁ 1. GENEZA I ROZWÓJ INTERNETU. 6

1.1. CO TO JEST INTERNET? 6

1.2. POWSTANIE INTERNETU. 8

1.3. REKLAMA W INTERNECIE. 10

1.4. INTERNET W POLSCE. 14

### ROZDZIAŁ 2. KAMPANIA REKLAMOWA W INTERNECIE – MOŻLIWOŚCI I OGRANICZENIA. 16

3.1. FIRMOWA STRONA WWW. 16

3.2. BANNERY I PRZYCISKI REKLAMOWE. 20

3.3. POCZTA ELEKTRONICZNA. 28

3.4. TECHNIKI ZWIĘKSZAJĄCE ODBIÓR PRZEKAZU INTERNETOWEGO. 34

### ROZDZIAŁ 3. KAMPANIA REKLAMOWA. 46

2.1. SPRECYZOWANIE CELÓW REKLAMY. 46

2.2. OKREŚLENIE GRUPY DOCELOWEJ KAMPANII 51

2.3. USTALENIE BUDŻETU KAMPANII REKLAMOWEJ. 55

2.4. NADZÓR NAD PRZEBIEGIEM KAMPANII. 56

### ROZDZIAŁ 4. Kampania reklamowa w internecie na przykładzie kampanii DLA ZAMKU W MALBORKU 62

4.1. PRZYGOTOWANIE KAMPANII 62

4.2. PRZEPROWADZENIE KAMPANII 78

4.2.1. Rejestracja w katalogach i wyszukiwarkach 83

- 4.2.2. Kampania bannerowa 83
- 4.2.3. Poczta elektroniczna 87
- 4.2.4. Inne formy reklamy 88
- 4.3. OCENA REZULTATÓW KAMPANII 89

ZAKOŃCZENIE 94

BIBLIOGRAFIA 99

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis