

Płatne i bezpłatne formy reklamy w Internecie

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

94 strony, 57 pozycji w bibliografii

Wstęp 2

Rozdział 1. Historia reklamy w Internecie. 4

1.1. Powstanie Internetu. 4

1.2. Początki reklamy internetowej. 12

1.3. Historia polskiego Internetu. 16

Rozdział 2. Formy reklamy internetowej. 24

2.1. Witryna WWW jako podstawowa forma reklamowania się w Internecie 24

2.1.1. Rejestracja w wyszukiwarkach i katalogach 24

2.1.2. Wykorzystanie zjawiska reklamy szeptanej 29

2.1.3. Wymiana odnośników 30

2.1.4. System wymiany bannerów 31

2.2. Sponsoring sieciowy 35

2.3. Poczta elektroniczna 37

2.4. Uczestnictwo w listach i grupach dyskusyjnych 41

2.5. Wysyłka biuletynów informacyjnych 44

Rozdział 3. Czynniki decydujące o wyborze formy reklamy. 46

3.1. Odbiorca reklamy w Internecie 46

3.2. Stosowność produktu do reklamowania w Internecie 51

3.3. Kreowanie użyteczności reklamowej witryny WWW 54

3.4. Korzyści z zaistnienia w Internecie 62

Rozdział 4. Ocena skuteczności reklamy internetowej. 70

Zakończenie 86

Bibliografia	88
Spis tabel	92
Spis rysunków	93

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