Reklama w internecie jako źródło pozyskania nowych klientów

praca magisterska: 112 stron, 68 pozycji w bibliografii

WSTĘP 2

ROZDZIAŁ I. REKLAMA JAKO ELEMENT POLITYKI MARKETINGOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA 4
1.1 Rodzaje, cele i rola reklamy 4
1.2 Media i nośniki reklamowe ze szczególnym uwzględnieniem Internetu 10
1.3 Mierniki efektywności współczesnej reklamy 16

ROZDZIAŁ II. INTERNET JAKO NOWY ŚRODEK PRZEKAZU REKLAMOWEGO 25
2.1 Rozwój światowej sieci Internet oraz historia reklamy w Internecie 25
2.2 Oddziaływanie reklamy wirtualnej na społeczeństwo i gospodarkę w Polsce 37
2.3 Metody wykorzystywane przy reklamie internetowej 43

ROZDZIAŁ III. ANALIZA I OCENA DZIAŁALNOŚCI IT SERWIS ORAZ JEJ STRATEGII REKLAMOWEJ 49
3.1 Cele i misja firmy IT Serwis 49
3.2 Oferta produktów i usług firmy na tle konkurencji 54
3.3 Strategia reklamowa stosowana w firmie IT Serwis 60
3.4 Sytuacja ekonomiczna przedsiębiorstwa 64
3.5 Analiza finansowa przedsiębiorstwa. 67

ROZDZIAŁ IV. PROJEKT POPRAWY REKLAMY INTERNETOWEJ W IT SERWIS NA LATA 2008-2010 I OCENA JEJ SKUTECZNOŚCI. 78
4.1 Reklama jako źródło pozyskania nowych klientów w firmie IT Serwis w latach 2008-2010 86
4.2 Prognozowany przyrost klientów poprzez reklamę

internetową. 90
4.3 Ocena skuteczności działanie reklamy wirtualnej WWW . 102

Zakończenie 106
Bibliografia 107
Spis tabel i rysunków 111

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis