

Internet jako nowe medium reklamy.

Wstęp.....1

Rozdział 1.

Internet jako nowe medium
reklamy.....3

Rozdział 2.

Analiza
rynku.....6

2.1. Odbiorca reklamy w
sieci.....6

2.2. Charakterystyka audytorium reklamy
internetowej.....9

2.3. Rola reklamy w
Internecie.....19

Rozdział 3.

**Reklama
elektroniczna.....26**

3.1. Generowanie odwiedzin na stronie
WWW.....26

3.2. Najważniejsze tanie metody generowania odwiedzin
strony WWW.....27

3.2.1. Rejestracja w wyszukiwarkach
i katalogach.....27

3.2.2. Wykorzystanie zjawiska

reklamy szeptanej.....	28
3.2.3. Wymiana odnośników.....	29
3.2.4. Uczestnictwo w systemie wymiany bannerów reklamowych.....	29
3.3. Płatne metody generowania odwiedzin strony WWW.....	30
3.3.1. Bannerowa kampania reklamowa.....	30
3.3.2. Sponsoring sieciowy.....	30
3.3.3. Wykorzystanie mediów tradycyjnych.....	31
Podsumowanie i wnioski.....	32
Bibliografia.....	34