

Komputerowe projektowania reklamowych

wspomaganie nośników

Wstęp..... 4

Rozdział I

Rynek reklamy w Polsce

- 1.1 Pojęcie reklamy7
- 1.2 Rola reklamy jako narzędzia marketingu..... 8
- 1.3 Cele i adresaci reklam11
- 1.4 Nośniki medialne reklam15
 - 1.4.1 Reklama telewizyjna15
 - 1.4.2 Reklama radiowa..... 17
 - 1.4.3 Reklama prasowa18
 - 1.4.4 Reklama w Internecie19
 - 1.4.5 Reklama zewnętrzna21
 - 1.4.6 Druki ulotne..... 21

Rozdział II

Narzędzia komputerowe związane z rynkiem reklamy

- 2.1 Programy graficzne23
 - 2.1.1 3D Studio Max23
 - 2.1.2 Adobe Creative Suite 525
 - 2.1.4 CorelDRAW26
 - 2.1.5 Gimp28
 - 2.1.6 Avery DesingPro 530
- 2.2 Programy do obróbki obrazu31
 - 2.2.1 Corel VideoStudio 201031
 - 2.2.2 Adobe Premiere Elements 832
- 2.3 Inne programy.....33

2.3.1 Atomic Mail Sender	33
2.3.2 Easy Email Sender	35

Rozdział III

Komputerowe wspomaganie projektów reklamowych

3.1 Reklama telewizyjna.....	37
3.2 Reklama radiowa	41
3.3 Reklama prasowa	43
3.4 Reklama w Internecie	44
3.4.1 Reklama banerowa	45
3.4.2 E-mailing	45
3.4.3 Marketing wirusowy	48
3.4.4 Serwer WWW	49
3.5 Reklama zewnętrzna	49
3.6 Druki ulotne	50

Zakończenie	52
--------------------------	-----------

Spis rysunków	54
----------------------------	-----------

Bibliografia	55
---------------------------	-----------