

Masowe wykorzystywanie Internetu w reklamie i promocji. Łaczenie tradycyjnych i nowoczesnych metod reklamy oraz ich skutki.

Wstęp.....5

Rozdział 1.

Internet – podstawowe pojęcia i definicje

- 1.1 Historia powstania Internetu 7
- 1.2 Jak działa Internet 10
- 1.3 Internet – zbiór wiadomości i reklam 13

Rozdział 2.

Łaczenie tradycyjnych i internetowych metod reklamy

- 2.1 Reklama – wyjaśnienie pojęcia 16
- 2.2 Krótka historia reklamy w internecie18
- 2.3 Reklama internetowa19
- 2.4 Formy reklamy internetowej23
- 2.5 Prognozy na przyszłość27

Rozdział 3.

Prawne regulacje reklamy w Internecie

- 3.1 Prawo w internecie: ochrona praw konsumenta, prawa autorskie..... 28
- 3.2 Spam – niechciana poczta31

3.3 Organizacje kontrolujace uczciwosc reklam w Internecie	32
--	----

Rozdział 4.

Kampanie reklamowe w internecie

4.1 Kampanie reklamowe – wady i zalety	35
4.2 Agencje mediowe	38
4.3 Przeprowadzenie kampanii reklamowej	39
4.4 Analiza: Czy działania reklamowe sa skuteczne?	43

Rozdział 5.

Analiza wyników ankiety

5.1 Czesc pierwsza – dane osobowe	49
5.2 Czesc druga – informacje ogólne	55
5.3 Czesc trzecia – reklama internetowa	60
5.4 Czesc czwarta – reklama tradycyjna	72
5.5 Czesc piata – podsumowanie i wnioski	77

Zakończenie84

Bibliografia86

Aneksy89

Indeks