

Reklama jej wykorzystanie w Internecie.

Wstęp

Rozdział I

Cele oraz klasyfikacje reklamy.

1. Geneza i pojecie reklamy.
2. Istota, cele oraz funkcje reklamy.
3. Nieuczciwa konkurencja w reklamie.
4. Rodzaje reklamy.

Rozdział II

Miejsce reklamy w systemie promocyjnych narzadzi wykorzystywanych w przedsiębiorstwach.

1. Miejsce reklamy w systemie instrumentów promocyjnych.
2. Cechy przekazu reklamowego.
3. Media oraz srodki reklamowe.
4. Internet jako najmlodsze medium.

Rozdział III

Internet jako medium reklamowe.

1. Zasady wykorzystania, zalety i wady Internetu.
2. Formy reklamy internetowej.
3. Internetowe kampanie reklamowe.
4. Koszty reklamy internetowej.
5. Administrowanie serwisem promocyjnym w Internecie.

Zakończenie

Bibliografia