

Reklama w Internecie jako źródłopozyskania nowych klientów na przykładzie firmy XYZ.

Wstęp.....3

Rozdział 1

Reklama jako element polityki marketingowej przedsiębiorstwa.

1.1 Rodzaje, cele i rola reklamy.....7

1.2 Media i nosniki reklamowe ze szczególnym uwzględnieniem Internetu12

1.3 Mierniki efektywności reklamy.....20

Rozdział 2

Internet jako nowy środek przekazu reklamowego

2.1 Rozwój światowej sieci Internet oraz historia reklamy w Internecie26

2.2 Oddziaływanie reklamy wirtualnej na społeczeństwo i gospodarkę.....28

2.3 Metody wykorzystywane przy reklamie internetowej.....32

Rozdział.....3

Charakterystyka firmy XYZ oraz jej strategii reklamowej

3.1 Cele i misja firmy.....39

3.2 Oferta produktów i usług firmy na tle konkurencji.....42

3.3 Strategia reklamowa stosowana w firmie XYZ.....	49
---	----

Rozdział 4

Analiza skuteczności reklamy zamieszczonej w internecie przez firmę

4.1 Reklama jako źródło pozyskania nowych klientów w firmie	53
--	----

4.2 Ocena skuteczności działania reklamy wirtualnej WWW.....	57
---	----

Zakończenie.....	64
-------------------------	-----------

Bibliografia.....	66
--------------------------	-----------

Spis tabel, wykresów i rysunków.....	67
---	-----------