

P.7621 WYP.



001-007621-00-0

Spis treści

Kilka słów wprowadzenia	5
1. Internet — najmłodsze medium przekazu	11
Czym właściwie jest Internet?	11
Kto zarządza Internetem?	20
Internet — nowe medium reklamy	25
Zasięg Internetu	28
Internet a media tradycyjne — prognozy przyszłościowe	32
2. Reklama internetowa — modele i zachowania odbiorców	37
Jak zbliżyć się do odbiorcy, czyli badania widowni online	37
Kim są polscy internauci?	39
Rodzaje i formy reklamy internetowej	46
Badanie skuteczności reklamy internetowej	66
3. Formy reklamy internetowej a reklama tradycyjna	73
Internet jako medium reklamy a tradycyjne media reklamowe	73
Komplementarność mediów reklamowych	75
4. Przyszłość reklamy internetowej	181
Odwołania do specyfiki medium internetowego	
w reklamie tradycyjnej	181
Co dalej z reklamą w Internecie?	214
Aneks	227
Bibliografia	233
Skorowidz	241