

Виды коммерческой интернет-рекламы

Глактионов Евгений Васильевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: 58togyl@gmail.com

План

Введение

1. Роль интернет-рекламы в коммерческой деятельности.

1.1 Достоинства

1.2 Недостатки

2. Классификация интернет-рекламы и её основные виды.

2.1 Медийная

2.2 Контекстная

2.3 Поисковая

Заключение

Библиография

Введение

На сегодняшний день из всех видов рекламы трудно найти что-то более доступное, чем интернет-реклама, разместить которую можно даже при небольшом бюджете. Интернет-пространство открывает безграничные возможности для продвижения большинства товаров или услуг. С каждым днем количество постоянных пользователей, посещающих всемирную паутину, растет. И сегодня многие российские компании обращают своё внимание на рынок интернет-рекламы.

Целью моей курсовой работы является изучение основных видов интернет-рекламы, определение их достоинств и недостатков.

Для начала стоит определить, что такое интернет-реклама. Интернет-реклама - это оплаченное распространение информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему, размещаемая в сети интернет. Главная задача коммерческой интернет-рекламы подтолкнуть потребителя к нужному для рекламодателя действию. А при высокой конкуренции рекламе отводится ключевая роль в системе внешних коммуникаций.

В нашей стране существенная часть потенциальных покупателей получает информацию о товарах в Интернете. Основная масса посетителей Интернета - относительно молодые люди со средними и выше средних доходами, то есть крайне привлекательная для рекламодателей категория населения.

Размещая рекламу в Российском Интернете, мы можем обращаться к рынку в размере 82 миллиона человек (По данным «TNS» - международная исследовательская группа - на апрель 2015 года), которые посещают свыше миллиона сайтов ежемесячно.

Задача каждой компании, желающей увеличить свою прибыль, уметь грамотно и эффективно выстроить поток клиентов за счёт рекламы на площадках, дающих максималь-

ный результат. Именно интернет стал тем инструментом, который позволяет донести сообщение компании до большого количества людей, и только для тех, кому данное сообщение важно.

Использование этого ресурса актуально практически для любой организации и те компании, которые отдают должное данному виду продвижения своего товара и плотно занимаются этим, в дальнейшем смогут рассчитывать на успех. Можно вспомнить слова знаменитого американского предпринимателя Билл Гейтса: «В будущем на рынке останется два вида компаний: те, кто в интернете и те, кто вышел из бизнеса».

Источники и литература

- 1) "Лидогенерация. Клиентов много не бывает"Рустам Назипов 2016
- 2) "Маркетинг в социальных сетях"Дамир Халилов 2013
- 3) "Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие"Сергей Бердышев 2016