

Nowe media w reklamie

Wstęp

Rozdział 1

Tradycyjne media reklamy

1. Omówienie dotychczas stosowanych mediów

1.1. Reklama prasowa

1.1.1. Nagłówek

1.1.2. Ilustracja

1.1.3. Korpus reklamy (body copy)

1.1.4. Slogan

1.1.5. Układ graficzny ogłoszenia

1.2. Reklama telewizyjna

1.2.1. Jak jest ogladana reklama w telewizji

1.2.2. Sztuka tworzenia

1.2.3. Sposoby realizacji przesłania reklamy

1.2.4. Nowe trendy w reklamie telewizyjnej

1.3. Reklama radiowa

1.3.1. Oprawa muzyczna

1.3.2. Budowa reklamy radiowej

1.4. Reklama zewnętrzna (outdoor)

1.5. Plakat reklamowy (billboard)

1.6. Scanachrome

1.7. Mobile

1.8. Balony reklamowe

1.9. Wkładki reklamowe

Rozdział 2

Nowe media reklamy

2. Narodziny multimediiów

2.1. Internet

2.1.1. Historia powstania Internetu

- 2.1.2. Jak działa Internet
- 2.1.3. Powstanie World-Wide Web
- 2.1.4. Co to jest WWW
- 2.1.5. Internet w liczbach
- 2.1.6. Tradycyjne media w Internecie
- 2.1.7. Dziesięć powodów dla których warto się znaleźć w Internecie
- 2.1.8. Ogłoszenia w WWW
- 2.1.9. Ogłoszeniodawcy i serwisy internetowe
- 2.1.10. Strategie reklamowe w Internecie
- 2.1.11. Niebezpieczeństwa w internetowej reklamie
- 2.1.12. Jak się reklamować w Internecie?
- 2.1.15. Zakupy w Internecie
- 2.1.16. Prognozy na przyszłość
- 2.1.17. Terminy związane z ogłoszeniami internetowymi
- 2.2. CD-ROM
- 2.2.1. Multimedialny Katalog Samochodów – Kontyngent?97
- 2.2.2. Multimedialna encyklopedia reklamy
- 2.3. Telewizja interaktywna i cyfrowa
- 2.4. WebTV
- 2.5. Radio Data System
- 2.6. DVD – Nowa generacja dysków kompaktowych

Rozdział 3

Reklama w Internecie – Opis przypadku

- 3.1. Możliwość reklamy w polskim Internecie
- 3.1.1. AltaVista
- 3.1.2. Complex Computers
- 3.1.3. Home SpaceNet
- 3.1.4. Internet Technologies
- 3.1.5. OptimusNet
- 3.1.6. PAGI
- 3.1.7. Polbox
- 3.1.8. Polska On-Line
- 3.1.9. QDnet

3.1.10. Ternet

3.1.11. UnivNet

3.1.12. Wirtualna Polska

3.2. Opis Internetowego Salonu Muzycznego .net music

3.2.1. Dlaczego warto korzystać z usług Internetowego Salonu Muzycznego ?

3.2.2. Struktura sklepu

3.2.3. Zamówienia i formy płatności

3.2.4. Promocja

Wnioski końcowe

Bibliografia

Załączniki